

Treball de Fi de Grau

Títol

**PYUS:
El joc interactiu com a eina per apropar
el periodisme als infants**

Autoria

Clara Millán Pruna

Professorat tutor

Jacint Niqui Espinosa

Grau

Periodisme

Tipus de TFG

Projecte

Data

03/06/2019

Full resum del TFG

Títol del Treball Fi de Grau:

Català:

Pyus: El joc interactiu com a eina per apropar el periodisme als infants

Castellà:

Pyus: El juego interactivo como herramienta para acercar el periodismo a los niños y niñas

Anglès:

Pyus: The interactive game as a tool to bring journalism closer to children

Autoria:

Clara Millán Pruna

Professorat tutor:

Jacint Niqui Espinosa

Curs:

2018-2019

Grau:

Periodisme

Paraules clau (mínim 3)

Català:

periodisme, joc, aplicació, infants, tecnologia, educació

Castellà:

periodismo, juego, aplicación, niños, niñas, tecnología, educación

Anglès:

journalism, game, app, children, technology, education

Resum del Treball Fi de Grau (extensió màxima 100 paraules)

Català:

Pyus és una eina interactiva que neix de la necessitat d'apropar el periodisme als infants. En un moment històric en què les nenes i els nens neixen en un món de constants innovacions tecnològiques, es proposa la creació d'una aplicació infantil, per a mòbil o tauleta, que utilitzi el joc com a instrument d'aprenentatge. Aquest projecte defineix unes bases tècniques i estructurals que es complementen amb la definició de continguts específics pensats per transformar el periodisme i adequar-lo als interessos i necessitats dels infants.

Castellà:

Pyus es una herramienta interactiva que nace de la necesidad de acercar el periodismo a los más pequeños. En un momento histórico en que las niñas y los niños nacen en un mundo de constantes innovaciones tecnológicas, se propone la creación de una aplicación infantil, para móvil o tableta, que utilice el juego como instrumento de aprendizaje. Este proyecto define unas bases técnicas y estructurales que se complementan con la definición de contenidos específicos pensados para transformar el periodismo y adecuarlo a los intereses y necesidades de las niñas y niños.

Anglès:

Pyus is an interactive tool which emerges from the need to bring journalism closer to children. In a historical moment in which girls and boys are born in a world of constant technological innovations, a children's adapted application, for both mobile and tablet, which uses the game as a tool for learning development is proposed. This project defines the technical and structural basis that are complemented by the definition of specific contents, designed to transform journalism and adapt it to children.

PYUS

***El joc interactiu com a eina
per apropar el periodisme als
infants***



**Autoria - Clara Millán Pruna
Direcció - Jacint Niqui Espinosa
Facultat de Ciències de la Comunicació
Grau de Periodisme**

UAB

Universitat Autònoma
de Barcelona

AGRAÏMENTS

Al meu pare, per confiar en mi i implicar-se sempre en tot allò que em proposo.

A la meva mare, per educar-me i ensenyar-me sempre a ser millor persona.

Al meu germà Raül, per fer-me veure la part positiva de les coses.

A l'Arnau, pel seu suport incondicional.

A les meves amigues, per ser el punt de confiança més gran del trajecte.

I a en Cinto, per les recomenacions i el suport rebut durant la creació del projecte.



ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ	6
2. OBJECTIUS.....	8
2.1 Objectiu principal	9
2.2 Objectius específics	10
3. SOLVÈNCIA DEL PROJECTE	10
3.1 El joc com a eina d'aprenentatge	11
3.2 L'evolució tecnològica en l'educació i els mitjans.....	12
3.3 Experiència personal.....	14
3.3.1 InfoK.....	15
3.3.2 Educació en el lleure.....	17
4. DEFINICIÓ DEL PROJECTE	19
4.1 Què?	20
4.2 Com?	20
4.3 Quan?.....	21
4.4 On?.....	22
4.5 Qui?	22
5. METODOLOGIA	23
5.1 Anàlisi.....	25
5.2 Temàtica.....	25
5.3 Disseny.....	27
5.4 Prototipatge	27
5.5 Avaluació	28
6. PLANIFICACIÓ	28
6.1 Cronograma	29
6.2 Equip de treball.....	30
7. ANÀLISI D'USUARI.....	31
7.1 Resultats	33
7.2 Discussió de resultats.....	35
7.2.1 Preguntes 1, 2 i 3: Infants i periodisme: interessos i problemàtiques freqüents...	35
7.2.2 Preguntes 4 i 5: Programes de notícies pels infants: influència i interessos	37



7.2.3 Preguntes 6 i 7: Temàtiques i formats més influents	38
7.2.4 Preguntes 8 i 9: El joc com a format d'aprenentatge	40
7.2.5 Pregunta 10: Opinió i noves propostes	40
8. TEMÀTICA.....	41
8.1 Documentació.....	43
8.1.1 Conclusions anàlisi de notícies	44
8.1.2 Conclusions anàlisi InfoK.....	44
8.1.3 Conclusions anàlisi ReporterDoc	45
8.1.4 Conclusions anàlisi Nushu	45
8.2 Entrevistes	45
8.2.1 Conclusions entrevista Alan Cabanyes	46
8.2.2 Conclusions entrevista Jordi Miras.....	46
8.3 Grup de discussió	47
8.3.1 Conclusions grup de discussió.....	47
9. TARGET O PÚBLIC OJECTIU	48
9.1 Target demogràfic	49
9.1.1 Gènere - Indiferent.....	49
9.1.2 Edat - De 8 a 12 anys	49
9.1.3 Zona geogràfica - Infants catalans	50
9.1.4 Economia - Indiferent.....	50
9.1.5 Altres aspectes: Nivell educatiu, costums culturals i entorn digital	51
9.2 Target psicològic.....	52
9.3 Persona/Usuari Ideal	52
9.4 Stakeholders	52
10. ANÀLISI DE MERCAT	53
10.1 Anàlisi DAFO.....	53
10.2. Anàlisi de la competència	54
10.2.1 InfoK	55
10.2.2 ReporterDoc	58
10.2.3 Nushu	61
10.2.4 Periodista per un dia	64



11. ESTRATÈGIA COMUNICATIVA.....	65
11.1 Concepte	65
11.2 Naming i eslògan	66
11.2.1 Naming	66
11.2.2 Eslògan.....	67
11.3 Identitat corporativa	67
11.3.1 Visió.....	67
11.3.2 Missió	68
11.3.3 Valors	68
12. CONTINGUTS.....	68
12. 1 Guió tècnic.....	70
12.1.1 Organització dels continguts	70
12.1.2 Mapa de navegació.....	73
12.1.3 Descripció tècnica de la pàgina Juga!	75
12.1.4 Descripció tècnica Altres pàgines	77
12.2 Guió literari	78
12.2.1 Tria i distribució dels continguts	78
12.2.2 Definició dels continguts	79
12.2.3 Textos pàgina Juga!.....	88
12.2.4 Textos Altres continguts.....	92
13. IMATGE DEL PROJECTE	92
13.1 Logotip	93
13.2 Tipografia	94
13.3 Cromatisme.....	95
13.4 Elements d'interacció.....	96
13.4.1 Menú de navegació horitzontal	96
13.4.2 Pàgina NotiPyus	96
13.4.3 Pàgina Juga!.....	96
13.4.4 Pàgina Pyulitzat	97
13.4.5 Registre d'usuari	97
13.4.6 Coneix en Pyus!.....	97



13.4.7 Temàtiques	98
13.4.8 Botó Juga!	98
14.4.9 Passa al següent joc.....	98
13.4.10 Finalitza o Sortir del joc.....	99
13.4.11 Logotip – Contacta!.....	99
13.4.12 Informació ampliada.....	99
13.4.13 Publicació Pyulitzat	100
14. PLATAFORMA DE DESENVOLUPAMENT.....	100
14.1 Plataforma de creació de l'aplicació	100
14.2 Plataformes per la creació de jocs i continguts interactius	101
14.3 Programari	102
14.4 Limitacions de programació	102
15. PROTOTIP	104
15.1 Esbós.....	104
15.2 Lo-Fi: baixa resolució.....	104
15.3 Hi-Fi: alta resolució	105
16. PRESSUPOST	107
17. PROJECCIÓ DE FUTUR	109
17.1 Estratègia de màrqueting.....	109
17.2 Productes promocionals i subscripcions	110
17.2.1 Productes promocionals gratuïts.....	110
17.2.2 Subscripcions	112
17.3 Preus	116
17.3.1 Crowdfunding.....	116
17.3.2 Subvenció	117
18. AVALUACIÓ	117
19. CONCLUSIONS.....	119
20. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA.....	121
21. ANNEXES.....	128
Annex 1: Transmissió de coneixements: l'educació i els mitjans de comunicació	128
Annex 2: Transcripció entrevista Alan Cabanyes	132



Annex 3: Transcripció entrevista Jordi Miras	139
Annex 4: Transcripció Grup de Discussió	141
Annex 5: Enquestes elaborades per l'anàlisi de l'usuari.....	154
Annex 6: Taules de resultats anàlisi d'usuari	158
Annex 7: Gràfiques resultats anàlisi usuaris	160
Annex 8: <i>Brainstorming</i> del projecte	164
Annex 9: Creació del logotip	165

1. INTRODUCCIÓ

El periodisme en l'actualitat, viu immers en una de les majors crisis de credibilitat informativa. L'aparició de les xarxes socials i el lliure accés a informació per part dels usuaris fan que la professió es replantegi els seus objectius. El periodista, doncs, es veu obligat a replantejar la seva tasca i esdevé observador i transmissor de dades crítiques, fent de filtre i seleccionant les notícies més rellevants, a la vegada que aporta context a la informació perquè l'usuari pugui entendre-la. Així doncs, generar i controlar la solidesa de l'opinió pública amb l'adequada difusió de la informació (Aladro, 2013: 70).

Tot i això, el periodisme es troba fortament capitalitzat per un sistema liberalitzat on l'economia i la política ocupen la gran part de les peces informatives (Rabadán i Casero-Ripollés, 2014-2015: 51). D'aquesta forma sembla que s'obliden, en la majoria de mitjans de comunicació, d'algunes de les raons de la seva existència: informar dels fets noticiables i fer d'altaveu per denunciar les desigualtats existents en la societat.

El fet que el periodisme tracti determinats temes influeix conseqüentment a la definició de l'usuari que les consumeix, ja que gran part de la societat no està formada per entendre-les. Al llarg dels anys, la professió periodística ha establert uns patrons estilístics i una selecció de contingut que han deixat de banda a part de la població. Els infants, que representen 26% de la població mundial segons les últimes estadístiques emeses pel Banc Nacional el 2017, pateixen les conseqüències d'un sistema informatiu que no els contempla ni es preocupa per les seves inquietuds.

És més, l'any 2018 vivien a Catalunya 1.187.701 nens i nenes, segons dades de l'Idescat. Tot i representar una gran part de la població, conviuen amb una carència de mesures que els exclou dels eixos de poder de la societat en què viuen. No només els impedeix comprendre fàcilment el que els envolta, sinó que també els



quarta la possibilitat de fer-se entendre entre ells i de sentir-se representats per ells mateixos.

En aquest context, en què el periodisme dona sortida a informació exclusivament pensada per una part de població, es fan necessàries eines que possibilitin mantenir informada a la part exclosa. Eines que s'allunyin del sistema tradicional d'informar, adaptant-se a uns criteris periodístics diferenciats i pensats únicament pels infants. Cal reinventar una nova forma d'explicar i d'entendre les notícies perquè a partir del seu propi coneixement, puguin ser partícips, involucrar-se socialment i conèixer tot allò que els afecta.

Partint de la base que el dret a la informació ha de ser vigent per a tota la societat (Butlletí Oficial de l'Estat, 2013: 97922), aquest projecte planteja la idea de produir i distribuir informació exclusivament per als infants tenint en compte els formats i continguts que s'adaptin a les seves necessitats. És important fer entendre les causes i les conseqüències del que passa al món als més petits, perquè al cap i a la fi, no només són els ciutadans del present, sinó que també esdevindran els ciutadans i les ciutadanes del futur.

Tanmateix, cal donar importància a la informació narrada pels més petits, sent conscients que també són els ciutadans del present. Reconèixer-los i fer-los partícips del coneixement i del que els envolta, també suposa un canvi per la societat. Considerar els més petits com a éssers informats també suposa incentivar-los a fer raonaments crítics i que puguin influir i decidir en la societat, en la mesura del possible, en les temàtiques que els involucren.

El resultat d'aquest Treball de Final de Grau, en format aplicació no s'ha pogut distribuir per falta de recursos econòmics i temporals però sí que es pot previsualitzar i fer servir en ordinador, mòbil o tauleta entrant dins del compte de programació utilitzat per elaborar l'aplicació. S'ha configurat un vídeo per la visualització de l'aplicació creada: <https://tinyurl.com/y3sf4m5s>.



2. OBJECTIUS

Dins la societat en què ens trobem avui en dia existeix poca varietat informativa i d'actualitat adaptada i narrada per als infants. Això impedeix que els més petits puguin interioritzar-la de manera adequada, així com identificar els fets noticiables que passen al seu voltant o arreu del món. Prenent consciència, doncs, que l'educació és fonamental per crear una societat crítica i formada, cal buscar formats perquè els infants obtinguin contingut periodístic i adaptar-los a l'etapa vital en què es troben.

Per tal que el contingut pugui ser interioritzat i entès pels infants cal que el presentem d'una manera especial. En l'actualitat, existeixen pocs referents informatius dedicats als nens i nenes, impeding-los formar-se en l'àmbit periodístic. Un factor a contemplar són les bases de la informació periodística a la qual accedeixen. Les informacions periodístiques són creades per a l'enteniment de persones adultes, fet que exclou als infants i els aparta de les informacions, creant desinterès.

A partir d'aquestes premisses es planteja l'opció de crear un projecte que doni resposta a aquestes necessitats que afecten els més menuts. Es planteja si és possible produir-los interès per allò que passa al seu voltant i per aquells fets que els influeixen directament en les seves vides, en un moment històric en què els infants pateixen una sobre informació clara – a causa de l'evolució tecnològica i per consegüent, el fàcil accés a continguts – .

D'altra banda, els infants viuen en un moment de crisi educativa en què l'educació clàssica no facilita la creativitat ni els permet anar més enllà, investigar o qüestionar-se més del que els expliquen. És important doncs, no tan sols basar la creació d'interès en el context històric i socioeconòmic que vivim, sinó saber-ne donar resposta a través de formats innovadors i adaptats al moment. Allunyar-se de la memorització, de la forma clàssica d'educar i d'informar, regida pels criteris adultcentristes.

Finalment, l'últim factor que entra en joc és la tecnologia. No es pot obviar que vivim en un món ràpid on la informació es troba a totes les plataformes digitals existents, implícitament o explícitament. Els infants neixen i aprenen ràpidament a fer un ús de les tecnologies, gairebé de forma innata. Gràcies a l'atractiu d'aquesta eina i l'interès que els fomenta esdevé un factor a tenir en compte al projecte, aprofitant la tecnologia i aprofitant-la per un bon ús i un consum de tecnologia responsable pels més petits.

2.1 Objectiu principal

L'objectiu principal del projecte, doncs, rau en la creació d'una aplicació que els permeti accedir a continguts periodístics bàsics sobre el seu entorn més proper, presentats d'una manera atractiva i aprofitant la tecnologia com a eina principal. Aquesta aplicació els permetrà introduir-se en un món nou, el del periodisme, però a través d'una aplicació per mòbil o tauleta mitjançant formats audiovisuals i virtuals amb els quals ja estan familiaritzats.

A més a més, es planteja la idea de transmetre la informació a partir d'una tècnica que fomenti un aprenentatge basat en l'experiència i que en conseqüència, estimuli l'esperit crític. Així doncs, sorgeix la idea d'incorporar el joc com a una nova eina d'aprenentatge. Es pretén que l'aplicació incorpori el joc com a resposta a un sistema educatiu obsolet, adaptant-lo i adequant-lo, amb la finalitat que es converteixi una eina eficient per la transmissió de peces periodístiques.

A partir d'aquests objectius es planteja un projecte que solucioni i s'adapti a aquestes necessitats socials que pateix aquest sector de la població. Neix doncs, com una oportunitat de donar importància al periodisme com a motor de canvi social començant des de la base i combinant-lo amb el poder de l'educació com a eina de transformació massiva. Es pretén crear un projecte que s'allunyi dels focus de poder, fomenti l'esperit crític i garanteixi als infants una base periodística ferma, necessària per entendre allò que els afecta.



2.2 Objectius específics

- Crear una aplicació innovadora amb continguts periodístics estrictament produïts per a infants i que serveixi com a alternativa a la forma de difusió del periodisme en l'actualitat.
- Fer participants als infants de la societat i conscienciar-los d'allò que passa al seu voltant, així com proporcionar-los les eines necessàries perquè fomentin l'esperit crític.
- Mostrar l'estricta relació i compatibilitat que hi ha entre l'educació formal i els mitjans de comunicació.
- Evidenciar la possibilitat del joc com a eina d'aprenentatge i de transmissió de continguts.
- Utilitzar i aprofitar el contacte de l'infant amb la tecnologia com a eina d'implementació i difusió del projecte.
- Prioritzar la visibilitat de temàtiques i notícies que afectin col·lectius concrets i a temàtiques de compromís social.

3. SOLVÈNCIA DEL PROJECTE

Aquest bloc permet reflexionar, a partir de diferents fonts personals i documentals, sobre com el joc s'utilitza en l'aprenentatge. Tanmateix, també evidencia quines característiques de l'evolució tecnològica afecten al joc i als mitjans de comunicació. Es pretén evidenciar la idoneïtat del projecte tant des d'una perspectiva històrica com contextual. Aquest fet permet justificar, des d'una vessant crítica i mitjançant fonts d'experts o l'experiència personal, la viabilitat del projecte.

A l'Annex 1: Transmissió de coneixements: l'educació i els mitjans de comunicació es pot consultar l'evolució històrica dels mitjans de comunicació, l'educació i el seu



paper en el traspàs de coneixement. A banda, també s'evidencien les funcions del periodisme a la societat, que justifiquen el projecte des d'una perspectiva evolutiva, donant cabuda a la funció social i educativa del periodisme.

3.1 El joc com a eina d'aprenentatge

Maria Montessori i Jean Piaget van ser els primers a afirmar que el joc servia com a eina d'aprenentatge. De fet mencionen que el joc és la principal activitat a través de la qual els infants conceben la seva vida durant els primers anys d'edat. Així doncs, ha servit per a molts especialistes de l'educació com a una eina d'aprenentatge i d'absorció de continguts de forma eficient i innovadora.

Garcia i Llull (2009) afirmen que “el joc és una activitat innata i un element constructor de cultura. El joc i les joguines permeten als infants socialitzar-se, ja que contribueixen a la transmissió de costums, conductes o imatges socials que ajuden a l'infant a entendre el món que l'envolta”. Per tant, conclouen que mitjançant els jocs, els infants podran desenvolupar actituds i habilitats necessàries en una persona adulta.

A partir del joc, doncs, l'infant observa i investiga tot el que hi ha relacionat amb el seu entorn de forma lliure i espontània. Els petits van relacionant els seus coneixements i experiències prèvies amb altres de noves, realitzant processos d'aprenentatge individuals, fonamentals per al seu creixement, independentment del medi en el qual es desenvolupi (Arango, 2000:4-9).

Així doncs, el joc es converteix en una eina de coneixença que els permet, no únicament comprendre a partir de la mateixa experiència, sinó adoptar consciència d'allò que els permet progressar, així com aprendre dels errors o socialitzar-se.

Es pot afirmar que aporta un benefici per l'infant, ja que de forma inconscient integra continguts i els interioritza a la vegada que els no suposa un esforç afegit. De fet, cada disciplina ha trobat en el joc una forma de treballar l'objecte del seu saber. Per



aquest motiu es poden trobar jocs matemàtics o lingüístics, per a treballar la condició física o el desenvolupament de la consciència social (Ripoll, 2003: 16).

A més a més, també és un element clau per la contribució del desenvolupament social. Des d'aquest punt de vista, el joc té un paper molt important en el procés de socialització de l'infant, ja que l'ajuda a incorporar-se a la societat a la qual pertany; a través del joc descobrirà la vida social dels adults i les regles per les quals es regeixen aquestes relacions (Cortiella - Arasa, 2010).

El joc ha servit com a eina de transmissió cultural i social al llarg dels anys, arribant-se a convertir en una eina que facilita l'enteniment pels més petits i els apropa a realitats adultes de forma indirecta, configurant-se com a eina essencial i eficient per l'educació actual.

3.2 L'evolució tecnològica en l'educació i els mitjans

La tecnologia i la seva ràpida introducció a la societat a partir dels anys 90, ha fet que el panorama social tal com el coneixíem es reestructurés donant pas a innovacions i noves formes de fer.

Aquest canvi ha suposat, al llarg dels anys, un procés d'adaptació per a tots els agents socials, entre ells els que involucren aquest projecte: l'educació i els mitjans de comunicació.

Segons l'informe *El Estado Mundial de la Infancia: Niños en un mundo digital* publicat per UNICEF (2017), un de cada tres nens i nenes del món és consumidor actiu d'internet. Aquesta nova implicació de la tecnologia i la internet en conseqüència ha influït dràsticament en l'educació.

Mentre s'afirma que la tecnologia digital té un enorme potencial per ampliar l'abast de l'educació i la seva qualitat també s'adverteix que no és la solució a tot. El que



no funciona en l'educació no pot arreglar-se únicament amb tecnologia. Per millorar l'aprenentatge dels nens i nenes cal complementar els estris digitals amb professors forts, estudiants motivats i una ferma pedagogia (UNICEF, 2017: 12).

Per altra banda, els mitjans de comunicació també han experimentat un gran canvi, donant pas a portals digitals que augmenten les audiències i sent conscients de l'obsolescència dels mitjans escrits i tradicionals.

Es planteja que els mitjans de comunicació massius puguin estar obsolets i cada individu arribi a ser el seu propi "publicista a la llar" [...] podent escollir l'accés a allò que vol llegir o veure. El consumidor final pot establir la seva pròpia agenda o horari i no dependre de l'editor del diari o el programador de televisió que assenyalin el dia i el tema (Sierralta, 2012: 288).

L'evolució tecnològica també ha fomentat, per contra, l'aparició de nous formats que faciliten l'enteniment del consumidor i permeten arribar a llocs del món impensables anys enrere. Aquests nous formats connecten amb el públic de forma més directa i contribueixen a una fàcil i entretinguda forma d'interioritzar continguts.

L'evolució tecnològica, també ha suposat un canvi en la metodologia "*aprendre jugant*" que s'ha vist modificada, donant pas a altres formes de jugar a través dels mòbils o les tauletes. La interacció amb l'usuari, la virtualitat o l'accés a la tecnologia han fet que els infants es trobin immersos en una nova era en què les pantalles s'han convertit en el nou suport físic.

Isabel Cabanelles (2002) exposava la capacitat dels infants per adaptar la tecnologia com a eina innata:

"Sembla que els nens i nenes, en la seva gran permeabilitat, viuen i accepten les tecnologies com a cultura pròpia en les seves actuacions: els seus jocs en són un gran exponent".

A més concloïa en què no donar aquestes possibilitats en àmbit escolar és tallar les possibles experiències que, tanmateix, pertanyen a la vida quotidiana de la infància a qualsevol edat (Cabanelles, 2002: 58).

Així doncs, l'educació i la tecnologia han d'arribar a un punt en comú i adequar-se l'un a l'altre per aprofitar i actualitzar els recursos i continguts.

I fer servir la tecnologia com a suport per la difusió de coneixement vol dir no limitar-la a maneres de fer preestablertes. De fet innovar i utilitzar estratègicament el joc com a eina d'aprenentatge en ambients virtuals contribueix a incrementar la motivació dels usuaris per aprendre. Aquest fet es basa en diferents aspectes com el *feedback* entre l'usuari i el dispositiu, l'absorció del material de forma més eficient gràcies a la situació recreada o les oportunitats d'assaig-recompensa que involucren i creen interès en l'usuari (Vogel i altres, 2006).

Per tant, el joc no només és present en la vida dels infants, sinó que s'ha de saber aprofitar i adaptar-lo a les tecnologies, sent conscients dels beneficis que aquesta aporta.

Com deia Malcolm Gladwell, un antic periodista del The Washington Post: "Barrio Sésamo estava destinat a una connotació molt simple: si pots mantenir l'atenció dels nens, pots educar-los". I la tecnologia ja ens ha facilitat el pas, és un element més que s'ha d'aprofitar per retenir la seva atenció.

3.3 Experiència personal

Mitjançant l'experiència personal periodística com a estudiant del Grau de Periodisme a la Universitat Autònoma i l'experiència de Pràctiques curriculars en un informatiu destinat als infants com és l'InfoK (CCMA), es pretenen justificar i recalcar criteris per l'elaboració d'un bon periodisme per infants.



Per altra banda, des de l'experiència professional en l'àmbit educatiu, com a monitora de lleure a l'Esplai Xirusplai, es reafirmarà la necessitat social de l'educació en el lleure que contempla el joc com a forma educativa i de foment de l'esperit crític i l'interès en els infants.

3.3.1 InfoK

Per tal de configurar aquest punt s'ha pres com a referència tant l'aprenentatge personal en l'etapa de pràctiques a l'InfoK, com una entrevista que es va realitzar a la directora del programa Laia Servera, en l'estança de pràctiques (de l'octubre de 2018 al gener de 2019). A partir d'aquestes dues referències es justificarà la importància d'un periodisme pels més petits i com ha de configurar-se.

A la redacció de l'informatiu, la dinàmica de treball és clara. Triar els temes més adients i importants pels nens i nenes, sempre tenint en compte els seus interessos. Així doncs, en molts casos es debat en equip, la importància d'un tema en concret i quin enfocament particular s'ha de donar per explicar-lo als més menuts.

Les imatges i la manera de narrar les notícies, també són elements molt importants. Quan parlem de dades, no val només dir-les, sinó que serveix molt comparar-les i fer equivalència amb coses que tenen molt presents, com la capacitat d'un estadi com el Camp nou o els kilòmetres que fa Catalunya.

Laia Servera compren que no es tracta únicament que els infants estiguin formats, sinó que entenguin perquè és important que ho estiguin i vulguin saber coses per ells mateixos. I això contempla, en conseqüència, produir informació que els hi resulti interessant i no pas avorrida.

De fet, segons la periodista, als infants no els manca informació, al contrari, a internet hi poden trobar molts continguts i vídeos informatius. El problema principal és que per ells i elles mateixes no són capaços de classificar el que és important i la majoria del contingut de la xarxa no està escrit perquè l'entenguin. Ells saben que hi

ha coses que no estan bé, però en molts casos no s'imaginen com els afecta i que hi ha coses injustes, com que un nen i nena no tingui llibres per situació de pobresa o que hagi de deixar l'escola en arribar als 16 anys, que s'han d'entendre amb context i perspectiva.

I la millor forma per fer-los entendre un fet concret és amb context, explicant tot el que passa abans del succés molt detalladament. “Nosaltres utilitzem estratègies com els gràfics i les imatges molt clares i evidents perquè puguin processar allò que els hi estem intentant dir. I sobretot, repetir les claus durant tota la notícia de forma diferent. Això els hi permet interioritzar i identificar el més essencial.”

Pel que fa a les temàtiques a tractar, a la redacció és un dels temes principals. A les reunions i xerrades de grup es debat molt sobre els temes que sortiran o que no sortiran a l'informatiu. També és essencial poder entendre quin espai i quin temps li dones a cada tema en concret. Per exemple, no és el mateix explicar la situació de Veneçuela, a la que hi hauràs de dedicar un informatiu sencer, que un partit de basquet de nens i nenes a una escola, que pot reduir-se una peça de curta de tan sols 1 minut.

Per consegüent, la Laia afirma que les temàtiques són la clau per crear interès als més petits, no només s'ha d'entendre que els interessa, sinó que pots fer que una cosa que no en saben res esdevingui la cosa més important. La clau és com els hi expliques. Per exemple, la secció de Periscopi de l'InfoK, en què un personatge surt disfressat i explica un tema “més difícil d'entendre” i els crea interès, ja no tant pel tema, sinó per com els hi expliquem: de forma entretinguda i divertida.

Els recursos tecnològics no són un tema molt recurrent a l'informatiu, tot i que sempre intenten presentar els continguts de forma atractiva i tenen un plató molt dinàmic que pot canviar en funció del que expliquen, fent rotacions o fins i tot fent que nevi al plató.

“Som conscients que la tecnologia és un factor que els interessa molt, així que intentem donar molt dinamisme per la nostra pàgina web i fer coses espectaculars que captivin la seva atenció”, afirma la directora.

I això es pot relacionar al d'aprendre jugant, quan als nens i nenes els dones estris perquè siguin ells els que s'interessen directament per la informació i són els responsables d'entendre-la i de buscar-la, es diverteixen molt més que si els hi expliques de la forma tradicional.

3.3.2 Educació en el lleure

Educació en el lleure: és aquella que es duu a terme en el temps lliure, que involucra a infants i joves amb un objectiu pedagògic, fora del període escolar i de l'àmbit familiar. En altres paraules es coneix com a educació no formal i es dona en oposició a la manera de fer de l'educació formal, és a dir, a aquella educació institucional, obligatòria i reglada per a tots els infants. En la seva majoria, l'educació en el lleure la fomenten espais, casals, caus, colònies o campaments, ludoteques, entre altres entitats i associacions culturals.

El meu vincle amb l'educació en el lleure és present des dels principis de la meua vida, podria dir que pràcticament d'ençà que tinc consciència. Primerament vaig ser nena de l'[Esplai Xirusplai](#) i acudia els dissabtes a la tarda a fer activitats i gimcanes que em preparaven els monitors i monitores. Posteriorment, en finalitzar la meua etapa juvenil amb 18 anys, vaig iniciar la meua etapa de monitoratge al mateix esplai on havia crescut.

L'esplai Xirusplai està ubicat al centre de Badalona, forma part d'[ESPLAC](#) (Esplais Laics i Progressistes de Catalunya) i té relació directa amb una entitat cultural sense ànim de lucre del centre de Badalona: El Círcol.



L'esplai té com a objectiu principal de fomentar l'esperit crític dels infants. A través del joc, se'ls fa veure quines mancances socials hi ha al seu voltant i se'ls presenten situacions a través de les quals poden treure'n conclusions i establir quina és la seva manera de pensar.

Els esplais es regeixen per un document anomenat Ideari on es descriuen aquells valors socials i col·lectius que es volen transmetre als infants mitjançant el joc. En el cas del Xirusplai fomentem valors com l'equitat, l'amistat, la solidaritat, la democràcia, l'autogestió, la inclusió, el muntanyisme, etc.

Identitàriament, els esplais d'ESPLAC es vinculen a la premissa "aprendre jugant". A partir dels jocs, els infants aprenen tot allò que els envolta i prenen consciència col·lectiva, sent conscient dels contextos socials que passen al seu voltant.

A partir de la meua experiència com a monitora puc constatar que els infants, de la mateixa manera que els adults, tenen dubtes i inquietuds sobre el món i tot allò que els envolta. De fet, jugant arriben a donar respostes a moltes de les preguntes que a l'escola no els hi poden respondre, preguntes que donen pas al foment de l'esperit crític.

El problema dels infants doncs, no és que tinguin un desinterès per entendre el món, sinó tot el contrari, no volen deixar de descobrir i de qüestionar-se el que viuen i senten.

Per contra, la forma de donar resposta a aquestes inquietuds es veu molt limitada, tant metodològicament com moralment. Els infants són víctimes d'un sistema educatiu que no els compren ni els dona les eines necessàries per poder identificar i valorar la seva forma de pensar.



De fet, en molt pocs casos els infants no volen que se'ls expliqui de manera tradicional com funcionen les coses, sinó que tenen la necessitat de sentir-se participants d'allò que els estàs explicant. Vist des d'aquesta perspectiva, l'experiència pròpia és el que els fa recordar, entendre i retenir, tot allò que passa al seu voltant.

En el cas del periodisme, a més a més, s'afegeix un factor molt importat: existeixen poques plataformes que els ajudin a entendre al seu voltant, i la majoria que existeixen, ho fan amb continguts i formats poc atractius, que no s'adaptin al moment vital en què es troba l'infant.

Així doncs, les mancances amb què es troben els infants a l'hora d'aprendre i d'interessar-se pel que passa al seu voltant són abundants. L'educació en el lleure els ajuda, d'una forma molt amena a prendre consciència i a ser els veritables protagonistes del seu present, aprenent per ells sols mitjançant una tècnica tan senzilla com el joc.

4. DEFINICIÓ DEL PROJECTE

Aquest projecte es basa principalment en la reinterpretació de la forma tradicional de fer periodisme. Sota l'evidència que no s'han establert suficients canals periodístics amb un tractament específic per als infants, es pretén donar sortida a un projecte que ho contempli des d'una metodologia que mai s'havia emprat, el joc.

El joc, per definició voluntari, desperta una motivació en els nens i nenes i els transmet coneixements i experiència pròpia. Sota la convicció que l'infant estableix les seves pròpies normes i s'involucra completament, el projecte vol servir com una eina de transmissió de notícies, de creació i de transmissió de coneixement.

Així doncs, no es tracta d'un projecte únicament de creació de continguts periodístics per a infants, sinó que també dona un ventall ampli de possibilitats per poder accedir



al contingut, allunyant-se de la forma a la qual estem acostumats a rebre les notícies.

4.1 Què?

El projecte es basa en la creació d'una aplicació per tauleta o mòbil en què la tecnologia sigui emprada perquè els infants tinguin accés a contingut periodístic a partir del joc. Aquesta aplicació permetrà a l'infant conèixer allò que passa al seu voltant i sentir-se partícip de la societat que l'envolta.

No només es planteja la idea de recollir i explicar notícies, sinó també sentir-les com a pròpies. L'aplicació i específicament el fet de jugar seran els encarregats de fer-ho. L'estricta vinculació innata d'ambdós elements amb els infants els facilitarà l'interès necessari per apropar-los al periodisme.

Per altra banda, el projecte no farà únicament ressò de notícies d'actualitat sinó també d'interès públic. Els criteris de noticiabilitat es concebran des d'una perspectiva diferent de la que estem acostumats, readaptant-los i vinculant-los a la creació de coneixement i la tria de la contextualització necessària perquè les notícies siguin interioritzades i enteses correctament pels infants.

Així doncs, a partir d'una aplicació basada en el joc es crearà una interfície que doni cabuda tant a notícies periodístiques, com a una part més recreativa pels infants.

4.2 Com?

La informació i la tria de les notícies anirà en funció de la reinterpretació dels criteris de noticiabilitat i la seva correcta adaptació per tal que puguin ser consumits per infants, com s'ha esmenat anteriorment. A partir de la tria d'unes temàtiques concretes, s'aprofundirà en el tema a partir de jocs, notícies i sobretot de continguts de context que permetin una millor interpretació del periodisme per part dels infants.



Es farà ús de fonts personals obtingudes amb entrevistes i altres tècniques concretes com un grup de discussió. Les fonts documentals serviran per situar i donar context, tant per l'elaboració del joc i les notícies, com per la creació de l'aplicació.

A l'apartat **5. Metodologia** es detallen més explícitament els continguts i les fonts a partir de les quals s'extraurà el contingut.

4.3 Quan?

La temporalitat del projecte és duradora, en el sentit que se'n podrà fer ús en una llarga extensió de temps i els seus continguts no caducaran. Es preveu una actualització de continguts i de dades que faciliti una prolongació temporal de les peces periodístiques i del joc.

El criteri d'actualitat periodístic serà tractat des d'una perspectiva pròpia i innovadora. Pel que fa a les diferents temàtiques del joc es definiran a partir de criteris d'actualitat, però basant-se sobretot en l'interès que té per la societat i específicament, pels infants. Es tracta de reconvertir l'agenda dels mitjans a la que estem habituats, sense deixar de parlar del present.

El contingut de les diferents temàtiques del joc es tractarà de manera atemporal amb elements contextuais que serveixin com a base. Es farà ús d'esdeveniments i successos del moment en què es crea la temàtica, però es contrastarà amb conceptes pedagògics i informatius que no tenen limitació temporal.

Per altra banda, es preveu la pujada d'una nova temàtica en temporalitat mensual. A causa de les necessitats d'estructura, d'anàlisi de continguts, de programació i de llançament no és viable la publicació diària ni setmanal.



La previsió temàtica i de publicació del projecte, així com el seu llançament inicial al mercat es pot consultar més detalladament en l'apartat **8. Temàtica**.

4.4 On?

El projecte va dirigit a la zona geogràfica dels Països Catalans. En poden fer ús a altres llocs, ja que el contingut serà global i abastirà temàtiques d'interès col·lectiu. Tot i això, la informació i dades que s'aportaran seran generalment de Catalunya i en alguns casos més generals de l'Estat Espanyol.

D'aquesta manera, considerant Catalunya com la zona geogràfica principal del llançament del projecte, es justifica l'ús del català com a idioma principal de l'aplicació. Tanmateix, existeix la possibilitat futura de fer-ne traduccions per diferents regions, segons la rendibilitat final del projecte.

També determina l'on, l'ambient en el qual es consumeixen els continguts. Així doncs, el projecte està definit per fer-ne un consum individual a casa o com a suport per diferents formes educatives, per exemple l'escola, ludoteques, esplais, caus, entitats, etc.

4.5 Qui?

Principalment infants que resideixin als Països Catalans, d'edat entre els 8 i els 12 anys, ja que el joc i els continguts periodístics, així com la logística del joc està presentat per aquesta franja d'edat.

En general és un projecte que pot ser interessant per a infants de tota mena de sensibilitats als que els agradi jugar a videojocs, jocs en línia, etc. o a aquells que tinguin un interès clar per investigar i descobrir el seu entorn. Tot així, no es pot determinar un tipus d'infant concret, ja que a aquestes edats els interessos solen ser molt col·lectius i els determinen en funció de com se'ls expliquen les temàtiques.



D'altra banda, el projecte també pot anar dirigit a mestres, monitors, educadors o gent amb diversitats funcionals que creguin que els pot ser útil tan personalment com per educar a nens i nenes.

El *target* s'ha resumit en aquesta Definició del Projecte. Per aprofundir més sobre aquest factor i els usuaris, s'especificarà en el punt [9.Target o públic objectiu](#).

5. METODOLOGIA

La metodologia escollida per desenvolupar el projecte es basa principalment en el Game Based Learning (GBL). Aquesta rau en la gamificació, tècnica a partir de la qual el joc es converteix en un mitjà de suport de l'ensenyament i del desenvolupament d'habilitats.

La gamificació és per definició de caràcter lúdic i implica l'oci com a sistema de transmissió de contingut. També facilita la interiorització de coneixement de forma divertida, generant una experiència positiva en l'usuari.

Normalment es fa servir amb jocs digitals o jocs de taula com a aproximació a una experiència educativa significativa. En aquest projecte es pretén utilitzar per integrar i proporcionar continguts periodístics i amb un objectiu concret: la transmissió d'informació periodística als infants.

La gamificació es basa per altra banda, en el disseny de les formes òptimes per transmetre el coneixement. Així doncs en la majoria de projectes, generalment en l'àmbit digital, també es pretén influir en la forma de comportar-se dels usuaris, creant experiències, sentiments i un espai atractiu que fomenti la motivació dels jugadors. En molts casos es fan servir incentius, guanys, punts, reptes, etc. per enganxar i incentivar la superació personal.

En general doncs, la gamificació es basa a transmetre a partir del joc, uns objectius d'aprenentatge, comprensió i indagació. També és molt habitual fer servir la personificació i la utilització de personatges coneguts pels usuaris, ja que facilita l'absorció. La gamificació s'ha fet servir en l'àmbit educatiu i se n'ha teoritzat i marcat uns passos concrets:



Figura 1. Procés per aplicar la gamificació a espais educatius: Font: Aulaplaneta

Tot i això, el projecte no només farà servir el mètode del Game Based Learning (GBL) - i la gamificació en conseqüència - sinó que s'hibridarà amb una altra metodologia: el Disseny Centrat a l'Usuari (DCU). Aquest mètode dona molta importància al disseny de la interfície digital, que serveix com a punt de partida i com a punt referencial i centric per les persones que l'usen.

Es tracta d'una metodologia on el seu procés s'avalua de forma interactiva i progressiva, és a dir, si el disseny s'adapta i conclou els objectius de la interfície definits inicialment, es valida. Per contra, si el disseny de l'aplicació no és satisfactori es torna a començar i es replanteja el disseny per tal d'arribar a solucions òptimes.

5.1 Anàlisi

L'etapa d'anàlisi consisteix en recopilació d'informació i dades per tal d'elaborar el projecte, fer una caracterització dels usuaris potencials i quins requisits tècnics fan falta pel desenvolupament.

Per tal d'abordar l'anàlisi de les necessitats del projecte en funció als usuaris s'ha emprat l'enquesta com a tècnica principal. En ella s'han evidenciat les seves característiques principals i els interessos dels usuaris per tal de definir el projecte.

L'enquesta es durà a terme a infants d'entre 8 i 12 anys als quals va dedicat el projecte, es pot consultar a [7. Anàlisi d'usuari](#).

5.2 Temàtica

La temàtica del projecte escollida per fer el prototipatge del projecte s'ha determinat a partir de [7. Discussió de resultats](#). A partir dels interessos dels infants i una anàlisi posterior s'ha configurat *Societat: Què és el col·lectiu LGTBI?* com a temàtica principal que serveixi de llançament del projecte.

Per tal d'abordar la temàtica s'han emprat diferents tècniques i se n'han extret conclusions rellevants definides a [8. Temàtica](#).

Les tècniques bàsiques per tal d'abordar la temàtica un cop definida es basen en:

Documentació: Permet una base per poder crear els continguts pertinents i abordar el tema àmpliament i amb rigor.

- Consulta dels plans de treball del Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya i de la Regidoria de Feminismes i LGTBI.



- Consulta de projectes de l'Associació de Famílies LGTBI (FLG), l'Associació de Pares i Mares de Gais, Lesbianes Bisexuals i Transsexuals (AMPGIL) o L'Observatori contra l'Homofòbia.
- Seguiment de notícies dels principals diaris llegits a Catalunya (La Vanguardia, l'Ara, El Periódico, El País, diario.es i VilaWeb). Les notícies han estat recuperades de les hemeroteques digitals dels diaris especificats amb la paraula clau *LGTBI* entre el de 01/01/2019 i el 31/03/2019.
- Anàlisi de les notícies de l'InfoK, Nushu i ReporterDoc amb temàtiques LGTBI al llarg de la seva hemeroteca sota la paraula clau LGTBI.

Entrevistes: Aporten un vessant més personal amb experts o implicats en el tema, que faciliten tant dades com una experiència pròpia.

- Alan Cabanyes, Director de Comunicació i periodista del Centre LGTBI de Barcelona [09/01/2019 a les 19h, Centre LGTBI de Barcelona].
- Jordi Miras, membre del col·lectiu LGTBI que es defineix com a *Queer* i que mostra contradiccions amb el grup LGTBI. Membre de la Comissió de Gèneres i Sexualitats Diverses i Dissidents d'ESPLAC [11/01/2019 a les 12h, Barcelona].

Les entrevistes han estat elaborades segons els objectius a tractar, les conclusions es poden consultar a [8.2.1. Conclusions Entrevista Alan Cabanyes](#) i [8.2.2. Conclusions entrevista Jordi Miras](#).

Grup de discussió: Per tal d'abordar el tema i arribar unes conclusions més fermes i reafirmar opinions i necessitats, el *focus grup* permetrà detectar i compartir diferents formes de veure la temàtica per part de membres implicats.

- El grup de discussió ha estat format per 5 persones del col·lectiu LGTBI definides a [8.3 Grup de discussió](#) relacionades amb el món de l'educació, el

periodisme i el col·lectiu LGTBI. Majoritàriament també tenien vincles amb l'educació no formal.

- La dinàmica treballada s'ha basat en el plantejament d'uns temes concrets a partir de preguntes que generaven debat entre els participants. Es pot consultar a [Annex 4: Grup de discussió](#).
- El grup de discussió es va dur a terme el 14/01/2019 a les 10h al C/ Jaume Borràs, 16. Badalona

5.3 Disseny

El disseny de la interfície s'elaborarà a partir de la definició de les àrees i els continguts necessaris per aconseguir els objectius del projecte. D'acord amb les prioritats del projecte i un cop definits els continguts es dissenyarà i es plantejarà una organització de continguts adequada i pensada pel consum dels usuaris, els infants.

El disseny gràfic i estètic de l'aplicació tindrà en compte models, colors i tipografies que s'adaptin a la millor comprensió dels infants. Al cap i a la fi, es buscarà que el disseny estètic que aportï efectivitat i eficiència per arribar més fàcilment als petits usuaris.

Per tal de configurar els perfils estètics, visuals, multimèdia i programàtics del projecte s'ha comptat amb l'ajuda de Jaime Millán, graduat en Multimèdia i Interactius per la Universitat Oberta de Catalunya.

5.4 Prototipatge

El prototipatge és la fase en què ens aproximarem al resultat final del projecte definit en les fases d'anàlisi i disseny. A partir d'aquest es veurà que ha de ser revisat o corregit. Per altra banda ens dona la possibilitat d'evidenciar si falta algun element que no s'ha tingut en compte amb anterioritat.

Es faran dos tipus de dissenys un de baixa fidelitat (*wireframes*) i un altre d'alta fidelitat (*mockups*).

5.5 Avaluació

La fase d'avaluació es durà a terme després de les fases d'anàlisi, disseny i prototipatge. En aquest projecte es durà a terme un cop definides, a un grup de 10 infants d'entre 8 i 12 anys.

A partir de l'avaluació es pretenen evidenciar quins són aquells elements que funcionen i quins faria falta canviar. En el cas del projecte vigent, com es treballa amb infants, servirà per evidenciar quines eines són més viables i apropen més als infants tant a la casuística del joc, com a la interiorització de continguts.

L'avaluació servirà també, en projecció de futur per millorar continguts i creació de nous, mantenint aquells que han funcionat i adaptant els errors o els menys eficients per obtenir els objectius establerts pel projecte.

Posteriorment a totes les etapes s'establirà una fase de difusió i publicació, així com un pla de màrqueting i un pressupost que doni viabilitat al projecte.

6. PLANIFICACIÓ

La planificació del projecte és essencial per poder abordar els objectius i necessitats d'aquest.

És important recalcar que el projecte vigent es basa en l'anàlisi, la creació de continguts i el prototipatge. Com s'ha esmenat anteriorment, s'ha contactat amb persones que han facilitat ajudes en la creació de disseny així com d'elaboració i producció de l'aplicació.

També destacar que la fase de producció i difusió, així com el pla de màrqueting, l'avaluació o la creació d'un pressupost, són processos molt importants per configurar un projecte amb viabilitat. Així doncs s'han tingut en compte a l'hora de la planificació de tasques.

6.1 Cronograma

El següent quadre desglossa les tasques a fer en cada fase i la seva estimació de durada aproximada, així com les dates claus de finalització de cada part del projecte. També identifica els responsables de cada tasca.

És important formalitzar aquests aspectes, ja que ajudaran a la planificació i realització dels continguts en uns períodes determinats.

NOM DE LA TASCA	DURADA	INICI	Fi	RESPONSABLE
Anàlisi	140 dies	26/10/18	14/3/19	
Recopilació d'informació inicial	30 dies	26/10/18	24/11/18	Cap de projecte, dissenyadors i programador
Anàlisi d'usuaris i resultats	20 dies	25/11/18	14/12/18	Cap de projecte
Anàlisi de mercat i de competència	20 dies	15/12/18	3/1/19	Cap de projecte
Entrevistes, focus grup i resultats	10 dies	4/1/19	13/1/19	Cap de projecte i periodistes
Definició d'usuaris potencials	10 dies	14/1/19	23/1/19	Cap de projecte i DirCom
Estratègia comunicativa	20 dies	24/1/19	12/2/19	Cap de projecte i DirCom
Accés, tria i definició de continguts	30 dies	13/2/19	14/3/19	Cap de projecte, dissenyadors i periodistes
Disseny	26 dies	15/3/19	19/4/19	
Pluja d'idees	1 dia	15/3/19	16/3/19	Cap de projecte, periodistes, dissenyadors i programadors.
Àrees i distribució dels continguts	10 dies	17/3/19	26/3/19	Cap de projecte i dissenyadors
Definició de la imatge del projecte	15 dies	27/3/19	10/4/19	Cap de projecte i dissenyadors
• Logotip	2 dies	27/3/19	28/3/19	Cap de projecte i dissenyadors
• Tipografia i cromatisme	5 dies	29/3/19	2/4/19	Cap de projecte i dissenyadors
• Retícula i elements d'interacció	8 dies	3/4/19	10/4/19	Cap de projecte i dissenyadors

Definició de la plataforma	1 dia	9/4/19	10/4/19	Cap de projecte i programador
Prototipatge	12 dies	11/4/19	22/4/19	
Esbós	2 dies	11/4/19	12/4/19	Dissenyadors
D'alta resolució	10 dies	13/4/19	22/4/19	Dissenyadors
Producció	30 dies	23/4/19	22/5/19	
Elaboració prototip de l'aplicació	20 dies	23/4/19	12/5/19	Programador i dissenyador
Elaboració altres productes o necessitats del projecte	10 dies	13/5/19	22/5/19	Dissenyadors, periodistes, programador i fotògraf/ vídeoграф
Avaluació	2 dies	23/5/19	26/5/19	
Testeig de l'aplicació	1 dia	23/5/19	24/5/19	Cap de projecte
Testeig d'altres productes o necessitats del projecte	1 dia	25/5/19	26/5/19	Cap de projecte
Pla de màrqueting	6 dies	27/5/19	1/6/19	
Determinar estratègia de vendes, promoció i preus	4 dies	27/5/19	30/5/19	Cap de projecte, publicista i DirCom
Pressupost	2 dies	31/5/19	1/6/19	Cap de projecte
Llançament del projecte	1 dia	2/6/19	3/6/19	Cap de projecte

Taula 1. Taula de recursos i dates claus. Font: Elaboració pròpia.

6.2 Equip de treball

L'equip de treball serà multidisciplinar, integrant persones amb coneixements de diferents àmbits per tal de facilitar les feines i especialitzar-les.

- **Cap de projecte – 1 persona**

Supervisora i encarregada del lideratge del projecte.

- **Director de Comunicació (DirCom) – 1 persona**

Cap del departament de comunicació i responsable de l'estratègia de màrqueting i comunicació

- **Dissenyadors – 2 persones**

Encarregades del disseny de l'aplicació i de les imatges visuals del projecte.



- **Periodistes – 2 persones**
Encarregades de la gestió de continguts, documentació i creació.
- **Programador – 1 persona**
Encarregada de programar l'aplicació i readaptar-ne continguts.
- **Fotògraf i videògraf – 1 persona**
Encarregada de l'elaboració d'imatges i edició de vídeos.
- **Publicista – 1 persona**
Encarregada d'elaborar campanya de difusió.

7. ANÀLISI D'USUARI

L'anàlisi d'usuari, com s'ha comentat anteriorment a [5. Metodologia](#), es basa en una enquesta per analitzar els usuaris/consumidors del projecte.

L'objectiu de l'enquesta és evidenciar l'existència i connexió entre el periodisme i els infants. Si hi ha - o no - un interès per part dels nens i nenes en entendre el periodisme i quines són les principals problemàtiques que troben amb el periodisme actual.

Per altra banda, també es pretén, fer una anàlisi dels seus gustos i interessos per tal de definir les temàtiques més adequades i el seu ordre de publicació. S'hi afegeix també la possibilitat de definir els formats més atractius i indicats per poder abordar el projecte.

L'enquesta es va dur a terme a 60 infants d'entre 8 i 12 anys membres de l'Esplai Xirusplai de Badalona. Es va realitzar dins l'horari d'esplai, de 16.30 a 18.30h.

Es van dur a terme als infants que hi havia el dia 19 de gener del 2019 al C/Borràs, 16 (Badalona), on es troba el local de l'entitat i amb el consentiment de les famílies. Els infants estaven compresos entre els grups de Mitjans Petits (nascuts els anys 2009 i 2010), Mitjans Grans (nascuts els anys 2007 i 2008) i Grans (nascuts els anys 2005 i 2006).

Les enquestes permeten desglossar els resultats en franges d'edat, fent una divisió entre participants de menys de 8 anys (2 infants), entre 8 i 9 anys (19 infants), entre 10 i 12 anys (33 infants) i més de 12 anys (6 infants).

Abans d'efectuar-les, se'ls va explicar el projecte i l'objectiu de l'enquesta, sense entrar en el contingut explícit, per tal de posar-los en situació i coneixença del tema. Les enquestes van ser distribuïdes pels monitors de cada grup i la supervisió de la persona responsable del projecte. D'aquesta forma, si algun infant requeria ajuda per efectuar-la o entendre algunes parts, se'l podia assessorar per tal de garantir la seva viabilitat.

L'enquesta està dividida en parts segons els objectius que es volen obtenir:

- **Preguntes 1, 2 i 3:** Interès dels infants en relació al periodisme i evidenciar quines són les problemàtiques més freqüents per als infants a l'hora de consumir notícies.
- **Preguntes 4 i 5:** Evidenciar el coneixement o desconeixement dels infants en relació als programes informatius destinats a ells que existeixen.
- **Preguntes 6 i 7:** Definir interessos dels infants en relació a temàtiques concretes i a formats periodístics de distribució.

- **Preguntes 8 i 9:** Definir els formats de joc més interessants pels petits consumidors. Demostrar si existeix la consciència en els infants que mitjançant el joc poden aprendre.
- **Pregunta 10:** Opinió dels enquestats. Permetrà abordar noves propostes a partir de la imaginació dels usuaris

Treball Final de Grau
Clara Millán Pruna
claramillan97@gmail.com
Universitat Autònoma de Barcelona

PERIODISME I INFANTS

PER COMENÇAR... QUANTS ANYS TENS?

☐ MENYS DE 8 ANYS
☐ DE 8 A 10 ANYS
☐ DE 10 A 12 ANYS
☐ MÉS DE 12 ANYS

1. T'AGRADA MIRAR LES NOTÍCIES?

☐ SÍ
☐ NO

2. SI HAS RESPÒS **SÍ** A LA PREGUNTA NÚMERO 1, ON LES MIRE'S?

☐ TELEVISIÓ
☐ RÀDIO
☐ DIARIS
☐ INTERNET
☐ ALTRES LLOCS:

3. SI HEU RESPÒS **NO** A LA PREGUNTA NÚMERO 1, PER QUÈ?

☐ NO LES ENTENC
☐ SÓN AVORRIDES
☐ NO M'INTERESSA
☐ LES FAN MOLT YARD
☐ ALTRES COSES:

4. HI HA ALGUNA REVISTA, PROGRAMA, JOC... QUE CONEIXIS ON T'AGRADI COM EXPLIQUEN LES NOTÍCIES?

☐ SÍ
☐ NO

5. QUINS/ES? _____

6. QUINS D'AQUESTS TEMES SÓN MÉS INTERESSANTS PER A TU? TRIA ELS QUE MÉS T'AGRADIN (MÀXIM 3)

☐ MEDIAMBIENT: EL COTXE ELÈCTRIC
☐ POLÍTICA: COM ENS ORGANITZEM ARREU DEL MÓN
☐ ESPORTS: EL BÀSQUET FEMENÍ
☐ SOCIETAT: QUÈ VOL DIR SER HOMOSEXUAL?

Treball Final de Grau
Clara Millán Pruna
claramillan97@gmail.com
Universitat Autònoma de Barcelona

☐ TECNOLOGIA: ELS PERILLS D'INTERNET
☐ CULTURA I POLÍTICA: EL FEMINISME I EL MASCLISME
☐ ALTRES:

7. COM T'AGRADARIA MÉS QUE T'EXPLIQUESSIN LES NOTÍCIES?

☐ VÍDEO (PER LA TELE, YOUTUBE...)
☐ ÀUDIO (PER LA RÀDIO)
☐ TEXT (DIARIS, LLIBRES, REVISTES...)
☐ DIBUIXOS (CÒMICS, DIBUIXOS ANIMATS, SÈRIES...)
☐ ALTRES:

8. QUIN TIPUS DE JOC T'AGRADA MÉS?

☐ JOCS DE TAULA
☐ JOC DE CARTES
☐ JOCS ONLINE
☐ JOCS DE ROL
☐ ALTRES:

9. CREUS QUE JUGANT POTS APRENDRE I REBRE NOTÍCIES?

☐ SÍ
☐ NO

10. COM T'AGRADARIA QUE REBRE LES NOTÍCIES? FES SERVIR LA TEVA IMAGINACIÓ!

MOLTES GRÀCIES ☺!

Figura 2. Exemple de l'enquesta d'anàlisi d'usuari. Font: Elaboració pròpia

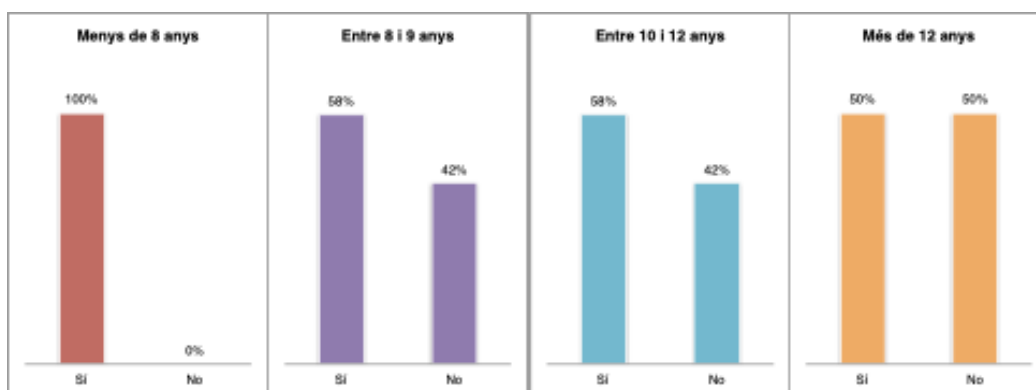
7.1 Resultats

Els resultats de les enquestes s'evidencien en les taules de resultats d'elaboració pròpia [Annex 5: Taules de resultats](#) i en gràfics percentuals més destacats que

s'inclouen en aquest punt. També es poden consultar a [Annex 6: Enquestes elaborades](#) algunes enquestes completades i fetes pels usuaris, que són representatives per al contingut del projecte.

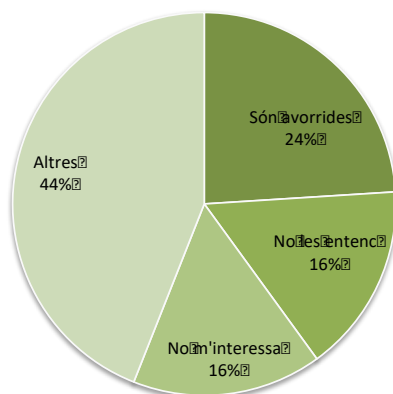
A continuació es mostren els gràfics més rellevants en funció de l'ordre de les preguntes de l'enquesta. A [Annex 7: Gràfiques de resultats anàlisi usuaris](#) es poden consultar en la seva totalitat.

T'agrada mirar les notícies? (Segons franja d'edat)



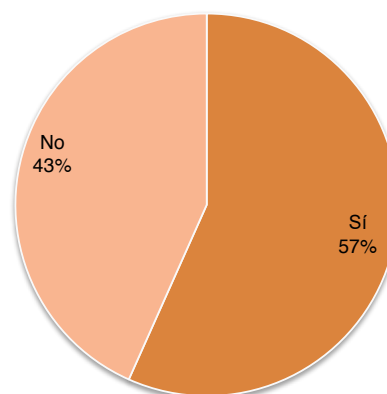
Gràfic 1. Resultats enquesta d'anàlisi d'usuari 1. Font: Elaboració pròpia.

Per què no les mires?

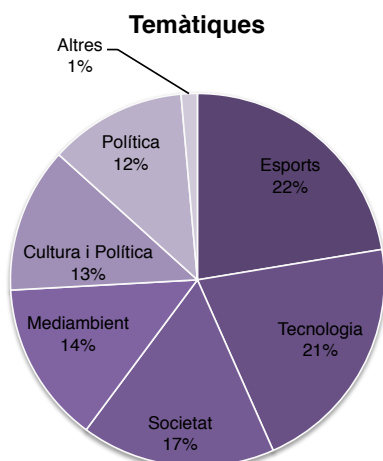


Gràfic 2. Resultats enquesta d'anàlisi d'usuari 2. Font: Elaboració pròpia.

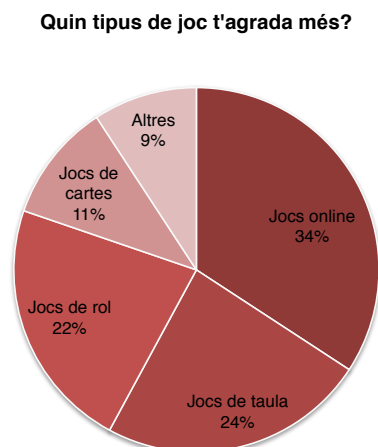
Coneixes algun lloc on t'agrada com expliquen les notícies?



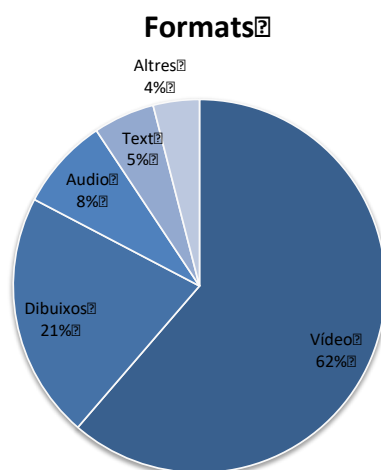
Gràfic 3. Resultats enquesta d'anàlisi d'usuari 3. Font: Elaboració pròpia.



Gràfic 4. Resultats enquesta d'anàlisi d'usuari 4.
Font: Elaboració pròpia.



Gràfic 5. Resultats enquesta d'anàlisi d'usuari 5.
Font: Elaboració pròpia.



Gràfic 6. Resultats enquesta d'anàlisi d'usuari 6.
Font: Elaboració pròpia.

7.2 Discussió de resultats

La discussió dels resultats es basarà en l'anàlisi i conclusions dels resultats de l'enquesta, que marcaran un punt inicial per encaminar el projecte. L'anàlisi es farà en clau de la segmentació de preguntes segons els objectius.

7.2.1 Preguntes 1, 2 i 3: Infants i periodisme: interessos i problemàtiques freqüents

Els resultats afirmen que majoritàriament existeix un interès per part dels infants pel periodisme i les notícies. El 58% dels infants afirmen que els agrada veure'n i el 42% s'hi oposen.

Pel que fa a les franges d'edat, no determinen una gran diferència, si bé en la gran majoria es mantenen aproximats a la mitjana del resultat, quan es fan més grans disminueix en un 8% l'interès i s'arriba a una dualitat en què es redueix al 50%.

Amb aquests resultats es pot determinar que l'interès per les notícies dels més menuts hi és però que no manté una majoria molt significativa, ja que un 42% dels infants no se senten atrets pel món periodístic.

Això es podria justificar amb falta de notícies i programes informatius elaborats estrictament per la seva edat i amb formats atractius pels més petits. De fet, segons les respostes dels enquestats, el 56% afirmen que no els agraden i no les consumeixen perquè no els interessa, són avorrides i no les entenen. També hi ha un gran percentatge el 44%, que afirma que no les veu per motius sense determinar. En alguns casos afirmaven que es devia a l'horari o perquè no disposaven de temps. Aquests resultats en què l'apartat d'altres ocupa bona part de les respostes, evidencia que els que costa identificar el motiu real perquè no els agrada consumir notícies.

Pel que fa als canals de consumició de notícies, la televisió és el més freqüentat amb un 77% de les respostes. El format audiovisual per tant, és un dels més atractius i conegut pels infants per veure notícies. Entra també Internet com a força de difusió de notícies, probablement degut a la influència de les xarxes socials. Es podria dir que els canals de periodisme més tradicionals (ràdio i diari) no entren dins els interessos dels més petits, ja que tan sols ocupen un 9% de les respostes.

Les enquestes identifiquen que un sector dels més petits no els agrada mirar les notícies, però no saben identificar per què. Per altra banda defineixen que els canals de difusió més interessant per a ells i elles són l'audiovisual i internet, que s'adaptin més ràpidament i van de la mà de la tecnologia, eina amb la qual els infants enquestats es vinculen de forma innata.

Per tant, es pot evidenciar la necessitat de canals alternatius com l'aprofitament d'internet o plataformes digitals per consumir continguts, i que cal que siguin plantejades de manera més atractiva i de forma transversal. També cal destacar que l'interès segueix vigent en la gran majoria dels infants enquestats i que per tant, es tracta d'un problema arrelat al tractament dels continguts.

7.2.2 Preguntes 4 i 5: Programes de notícies pels infants: influència i interessos

La influència i els interessos dels programes informatius per a infants, és important per aquest projecte, ja que ens dibuixa un context i evidencia si hi ha altres programes informatius que facin una funció informativa per als infants i si aquests els coneixen.

Al punt **10. Anàlisi de mercat** es definiran els mitjans de comunicació i programes que existeixen per a infants amb concreció.

Pel que fa a les respostes obtingudes, un 57% dels infants afirmen que sí que hi ha llocs on els agrada com expliquen les notícies. Veiem però, que contradictòriament, els programes amb informació d'actualitat que identifiquen o bé no són estrictament llocs amb contingut específic per infants o bé no són programes periodístics, revistes, diaris, etc. sinó canals de difusió. Per exemple, TV3, Cavall Dort, Instagram o Xarxes socials, El Tot, Youtube, Televisió, entre d'altres.

Pel que fa al 40% dels infants saben identificar un dels programes més influents a Catalunya: l'InfoK. Així doncs, aquest programa, emès pel canal Super3, representa una alternativa sòlida per consumir continguts periodístics pels més menuts.

Els resultats identifiquen que només un 40% dels enquestats té evidència d'un programa periodístic i que no en saben identificar més, probablement per la manca d'alternatives a Catalunya.



També és significatiu fer esmena que el 43% dels enquestats expressen que no hi ha cap lloc on els agradi com els presenten les notícies. D'aquesta forma es fa evident una mancança de programes periodístics per infants en el mercat, sent l'InfoK l'únic representatiu per Catalunya.

7.2.3 Preguntes 6 i 7: Temàtiques i formats més influents

Aquest apartat i els resultats obtinguts seran molt significatius a l'hora d'abordar el projecte, permetrà identificar les temàtiques que més captiven als infants i permetran fer una interpretació de les necessitats i temàtiques a abordar en un futur. Per altra banda, serà molt representatiu per escollir els formats a utilitzar i que són més interessants per transmetre continguts.

7.2.3.1 Temàtica

Els resultats evidencien els principals interessos sobre temàtiques. Els temes més interessants s'enquadrarien en *L'Esport: el futbol femení* (22%), *La Tecnologia: Els perills d'internet* (21%) i *Societat: Què vol dir ser homosexual?* (17%). Per darrere queda *Medi ambient: el cotxe elèctric* (14%), *Cultura i política: el feminisme i el masclisme* (12%) i *Política: com ens organitzem arreu del món* (12%).

Es pot evidenciar que en la franja d'edat compresa entre els enquestats la política és un dels temes menys interessants. Ho evidencia el fet que són les temàtiques amb menys respostes (tant política en si, com cultura i política). Aquest fet pot ser associat a la càrrega econòmica i l'ús de terminologia i un llenguatge difícil d'entendre per als infants en aquest àmbit.

Una altra de les temàtiques poc recurrent ha estat la del *Medi ambient: el cotxe elèctric* (14%). Tot i que sembla que últimament les mobilitzacions per la preocupació del planeta han estat encapçalades per joves, en aquesta franja d'edat encara no hi ha una consciència evident pel problema.

Per contra, l'esport i la tecnologia són dos temes que els interessen en gran majoria. De fet, veiem que només es diferencien per 1% pel que fa als interessos dels petits consumidors. De la mateixa forma que parlàvem que la política era inaccessible pel tipus de llenguatge emprat, aquests dos àmbits els són més fàcils de comprendre.

En el cas dels esports, segurament molts d'ells i elles n'han practicat algun cop i és evident que en els últims anys, el futbol femení s'ha tornat un tema més influent i que ha demandat més visibilització per la societat. Pel que fa a la tecnologia, els infants han nascut amb ella i la utilitzen diàriament tant a les escoles com per usos recreatius. El fet de voler conèixer els perills d'internet doncs, es justifica per la consciència i la implicació que té la tecnologia i la internet en les seves vides. A més, molts infants d'entre 8 i 12 anys, comencen a fer ús de les xarxes socials que els obra un nou món, però que també comporta perills implícits.

Pel que fa a *Societat: Què vol dir ser homosexual?*, es constata que és un tema que també els interessa, ocupa el 17% de les respostes posicionant-se en tercer lloc pel que fa als interessos dels infants. El descobriment de la sexualitat sol donar-se en aquestes edats, en el sentit que hi tenen un primer contacte indirecte (a partir de l'escola sobretot) i prenen consciència de les diferents formes de relacionar-se, incloent-hi el sexe.

7.2.3.2 Formats

Els resultats demostren que un 82% de les respostes prefereixen que els continguts els i expliquin amb Vídeo i dibuixos. Així doncs més de la meitat, el 61% del total, prioritza els vídeos mentre que un 21% els dibuixos. És evident, doncs, que als infants els semblen més atractius formats audiovisuals amb una gran presència d'imatges.

Pel que fa a formats com l'àudio i el text només 7 dels 60 participants han apostat per aquests dos formats. L'àudio constata el 5% dels resultats, mentre que el text el 5% restant. Així doncs, són formats que semblen poc atractius pels nens i nenes.

Aquestes dades es tindran en compte a l'hora de crear i produir tant l'organització com els continguts dels quals consti el joc.

7.2.4 Preguntes 8 i 9: El joc com a format d'aprenentatge

El joc serà l'eix principal per a la difusió d'informació en aquest projecte, així doncs aquestes respostes en permetran identificar si el joc digital i *online* (el que s'ha estimat per fer aquest projecte) és el més interessant pel projecte.

Els resultats conclouen que un 34% dels infants estan més interessats en el joc *online*. Així i tot, altres jocs que s'identifiquen com a potencials són el de taula (24%) i el joc de rol (22%).

Els resultats doncs, reafirmen el concepte que teníem, però ens introdueixen dos nous jocs a tenir en compte, ja que la diferència entre aquests i el joc en línia no és molt significativa.

Així doncs, s'haurà de tenir en compte les estructures dels jocs esmenats i intentar introduir alguns conceptes que n'aportin similituds. Per exemple, es pot aplicar el sistema de preguntes i donar pas a la interacció directa fora de la pantalla com en el cas del joc de taula. Per part del joc de rol, la identificació a l'usuari com un personatge concret i uns punts concrets que defineixin els teus objectius i metes personals.

7.2.5 Pregunta 10: Opinió i noves propostes

Les propostes dels més petits també permeten identificar conceptes o suggeriments dels infants. De fet, ningú millor que ells saben el que els interessa i la forma en què prefereixen que se'ls expliqui. Alguns dels resultats més interessants, poden servir en un futur per definir més clarament aspectes del projecte a tenir en compte.



Per aquest apartat s'han elaborat unes conclusions amb les opinions més interessants i recurrents dels infants que es creu que poden encaixar en el projecte:

- Concepte: colom missatger i presentar notícies amb cartes
- El joc com a incentivant pels usuaris per conèixer notícies
- El teatre, vídeos i cartells per difondre les notícies
- Les xarxes socials com a eina de transmissió de notícies

8. TEMÀTICA

Prenent consciència de la importància de cada temàtica en el seu àmbit pels motius anteriorment esmenats al punt [7.2 Discussió de resultats](#), es considera a continuació l'elecció i la disposició de les diferents temàtiques en ordre d'importància pel projecte.

1. Societat: Què vol dir ser homosexual?
2. Tecnologia: Els perills d'internet
3. Medi ambient: El cotxe elèctric
4. Política: Com ens organitzem?
5. Cultura i política: El feminisme i el masclisme
6. Esport: El futbol femení

L'elecció de l'ordre té a veure amb la necessitat en aquestes edats dels nens i nenes. S'ha triat en primer lloc la temàtica de *Societat*, ja que té un alt contingut social i de base. Molts nens i nenes comencen a descobrir la sexualitat a edats molt primerenques i la desinformació sobre el concepte els ocasiona dubtes i discussions internes, tant amb ells mateixos com amb la seva relació amb els altres.

Per altra banda, es tracta d'una temàtica que requereix molta base, en el sentit que no es tracta únicament d'explicar les diferents sexualitats, sinó donar-los uns

coneixements bàsics sobre com està el sistema actual i perquè predomina un tipus de relació per davant d'una altra. En conseqüència, es valora que pot servir com a un bon tema per treure i presentar el producte per primera vegada i fer-ne el prototip inicial.

Seguidament s'han decidit valorar dues temàtiques que poden tenir relació per la part més tecnològica que comporten. Seguint també els interessos dels més petits, es valora el fet de prendre consciència i informar sobre els riscos de la tecnologia, així com seguidament entrar en altres formes de tecnologia que poden ajudar amb el medi ambient com seria el cotxe elèctric.

Tot i que la política és un dels temes que menys interessa els infants, es valora que puguin tenir un coneixement ampli sobre el tema, ja que no únicament seran els que decidiran en un futur com s'estructura el seu país sinó que també i tenen molt a dir com a ciutadans del present. Així doncs, es considera que la temàtica de Política ha de donar en primer lloc una base per això s'ha triat en la quarta posició *Política: com ens organitzem arreu del món* i seguidament un aprofundiment de formes d'expressar les polítiques i els problemes de l'actualitat amb la temàtica *Política i Cultura: El feminisme i el masclisme*.

Finalment tot i que pels infants és el més interessant, no vol dir que tingui menys importància per la posició en què es troba. Es considera que es necessita

Un cop finalitzada la discussió dels resultats i definit l'ordre de temàtiques, es pot incidir en el tema triat com a prototip *Societat: què vol dir ser homosexual?*

Després de la documentació, entrevistes i *focus grup*, s'ha decidit canviar el títol principalment escollit, ja que exclouïa altres parts del col·lectiu LGTBI, així doncs, la temàtica sobre la qual es farà el prototip canvia de nom configurant-se com a **Societat: Què és el col·lectiu LGTBI?**

Seguidament es consideren i es discuteixen les tècniques emprades per abordar el tema. Per plantejar-lo de la forma més estricta i fidedigne possible, s'explica en els següents punts el procés i les tècniques fetes servir per incidir en el tema.

8.1 Documentació

Tal i com s'ha esmenat a [5.2 Temàtica](#), com el projecte es destina, en primera instància, a usuaris de Catalunya, s'han fet servir documents de la Generalitat de Catalunya, la Diputació de Barcelona o l'Ajuntament de Barcelona.

Principalment s'han consultat programes i plans de treball del Departament d'Educació de la Generalitat de Catalunya i de la Regidoria de Feminismes i LGTBI, així com diferents documents per part d'entitats i associacions com l'Associació de Famílies LGTBI (FLG), l'Associació de Pares i Mares de Gais, Lesbianes Bisexuals i Transsexuals (AMPGIL) o L'Observatori contra l'Homofòbia. Aquests documents serveixen per donar una base teòrica i per tenir consciència de les mesures efectives actualment.

Per altra banda, s'ha fet un seguiment de notícies dels principals diaris llegits a Catalunya en relació a la temàtica. S'ha fet la tria de dues notícies dels 4 diaris més importants de Catalunya segons l'Enquesta de Serveis Municipals 2018 (La Vanguardia, l'Ara, El Periódico i El País) i dels dos principals portals de notícies digitals a Catalunya (eldiario.es i www.Vilaweb.cat).

Les notícies s'han recuperat de les hemeroteques digitals dels portals dels diaris esmenats sota la cerca de la paraula clau "LGTBI" entre les dates de 01/01/2019 i el 31/03/2019.

Les notícies s'han triat sobre diferents àmbits que afecten el col·lectiu LGTBI (transmissió sexual, lgtbifòbia, gènere, etc.) i a partir d'aquestes, s'han distingit diverses mancances de contingut en relació a la temàtica.



8.1.1 Conclusions anàlisi de notícies

- Falta de **context** sobre el col·lectiu LGTBI: procedència, història, drets aconseguits, etc.
- Les notícies majoritàriament són **associades a casos lgtbifòbia i agressions d'odi**.
- Notícies **molt vinculades a la política**: les notícies sobre el col·lectiu LGTBI surten majoritàriament quan hi ha decisions polítiques.
- **Poc aprofundiment** en continguts útils pels lectors per identificar i tenir constància de les **diverses identitats de gènere i orientacions sexuals**.
- Narració de notícies a partir de la **personificació de casos concrets**, no com a problemes d'un col·lectiu.
- **Falta de relació amb problemes socials diversos** que es troba la gent del col·lectiu
- **Poca visibilitat** de la tasca de les entitats o **reclamacions del col·lectiu**.

Per altra banda, s'han volgut investigar les notícies sobre la temàtica dedicades exclusivament als infants. S'ha cercat la paraula *LGTBI* als portals de l'InfoK, ReporterDoc o Nushu. Amb aquesta cerca es pretén evidenciar si existeix contingut exclusiu de la temàtica per nens i nenes, i en cas afirmatiu, evidenciar quin és.

8.1.2 Conclusions anàlisi InfoK

- Sota la recerca de la paraula clau *LGTBI* al portal de l'InfoK no surt **cap cerca**. El que ens evidencia que no s'ha parlat de la temàtica.
- En el cas de la cerca *gai* o *transsexual* en consten **dues peces audiovisuals explicatives**, l'una associada als gais, elaborada per un programa especial de Queen i en Freddie Mercuri; l'altra parlant de la transsexualitat a partir del cas de l'autobús d'HazteOir del 2017 i de les decisions de Trump contra la transsexualitat del mateix any.
- Pel que fa a altres paraules com *lesbiana*, *intersexual* o *gènere* trobem que **no hi ha cap resultat** de cerca pel concepte que ens interessa treballar.



8.1.3 Conclusions anàlisi ReporterDoc

- No es mostra cap contingut digital de la revista. Consultant els exemplars llençats en els dos últims anys **no hi ha continguts sobre la temàtica**.
- A la revista, majoritàriament sempre són temes associats a la història, la natura, les ciències i **poc vinculats a l'actualitat o les branques socials**.

8.1.4 Conclusions anàlisi Nushu

- **Nushu no conté cap missió** (equivalent a les notícies que treballa el projecte) sobre cap tema social que tracti gènere, orientació sexual o diversitat d'identitats.

Com a conclusions, manquen peces informatives sobre la temàtica per a nens i nenes i es troben molt focalitzades en un sector concret del col·lectiu (transsexuals). És necessària **una actualització de continguts** i un **treball comunicatiu des de la base**.

8.2 Entrevistes

Per tal de fer una anàlisi més concret de la temàtica s'ha dut a terme una entrevista a un expert i implicat en el tema Alan Cabanyes, Director de Comunicació i periodista del Centre LGTBI de Barcelona. A consultar a **Annex 2: Entrevista Alan Cabanyes**.

També s'ha entrevistat a Jordi Miras, un membre del col·lectiu LGTBI que es defineix com a Queer i que mostra contradiccions amb el grup LGTBI membre de la Comissió de Gèneres i Sexualitats Diverses i Dissidents d'ESPLAC. Es pot consultar l'entrevista a **Annex 3: Entrevista Jordi Miras**.

A partir de les tres entrevistes s'han extret punts concrets tant de contingut en si com conclusius pel projecte:



8.2.1 Conclusions entrevista Alan Cabanyes

- El Centre LGTBI+ de Barcelona neix de la **necessitat de trobada pública** i d'assistència a totes les sensibilitats. Visibilitzar, orientar, donar acollida i accés a tothom.
- Existeix **poca efectivitat de la llei 11/14** en matèria d'LGTBI+.
- Les denúncies d'odi es poden tramitar per dos òrgans: per la Generalitat i als municipis.
- **Concepte Cruissing**: gais que se citen espontàniament al carrer per tenir relacions sexuals. Durant molts anys en què no era tan obvi o tan clàssic ser gai, es sabien que aquests llocs eren punts de trobada.
- Al **nou registre municipal** et pots identificar com a Altres.
- Al centre LGTBI **acull en un 25% a adolescents i joves**.
- **Casos més habituals** són **pares i/o mares** que volen millorar l'educació que donen als seus fills i filles o ajuda en cas de **malalties de transmissió sexual**.
- A les **notícies** s'ha de normalitzar el tema, **no parlar de casos concrets** únicament.

8.2.2 Conclusions entrevista Jordi Miras

- Els **queers** volen trencar amb **binarisme de la societat** i **les identitats tancades** concepte oposat al col·lectiu que engloba per diferents identitats (homosexual, bisexual, etc.).
- **Col·lectiu queer poc estès a Espanya**, la Q que s'afegeix a LGTBI no sembla bé a molts **queers**.
- Es consideren del col·lectiu LGTBI només per la **lluita de drets** i per **trencar amb els estereotips**.
- **Falta d'informació** per poder fer un traspàs o resoldre els dubtes dels infants, tan personals com per relacionar-se amb altres identitats sexuals.
- **Falta de referents** pels infants.

8.3 Grup de discussió

Finalment, s'ha dut a terme un *Focus grup* amb 5 integrants del col·lectiu LGTBI+ implicats en el món de l'educació, el monitoratge, el periodisme i l'educació social.

Els membres del focus grup han estat triats precisament per la seva integració dins del col·lectiu LGTBI+ i per la seva relació estricta amb el món de l'educació. Un factor important ha estat tenir una llicenciada en periodisme. Es pot consultar a [Annex 4: Focus grup](#).

Els membres han estat els següents:

- [Berta Boter Carbonell](#), 23 anys. Grau en Periodisme i Humanitats de la Universitat Pompeu Fabra. Monitora de l'Aspirantat de Badalona durant 4 anys. Membre del col·lectiu LGTBI.
- [Elena Parés](#), 23 anys. Grau en Matemàtiques per la Universitat de Barcelona. Monitora de l'Aspirantat de Badalona durant 4 anys. Membre del col·lectiu LGTBI.
- [Marta Molina Marcos](#), 21 anys. Estudiant del Grau d'Educació Infantil i Primària en Anglès a la Universitat Ramon Llull. Monitora actual des del 2016 de l'Esplai Xirusplai de Badalona. Membre del col·lectiu LGTBI.
- [Ferran Climent Pruneda](#), 21 anys. Estudiant del Grau de Dret i Educació Social a la Universitat de Barcelona. Monitor actual (des del 2016) de l'Esplai Xirusplai de Badalona. Membre del col·lectiu LGTBI.
- [Alejandro Cano](#), 25 anys. Grau en Enginyeria Informàtica a la Universitat Politècnica de Barcelona. Membre del col·lectiu LGTBI.

8.3.1 Conclusions grup de discussió

Les conclusions extretes del grup de discussió, que es poden aplicar al projecte, readaptant-les per als més petits són les següents:



- El col·lectiu LGTBIQ+ és molt exclusiu i es troba dins del sistema patriarcal. L'etiquetatge fomenta problemes interns en una lluita més masculina que femenina.
- Falta de referents culturals i dins les aules amb orientacions sexuals i de gènere diverses.
- Utilització del llenguatge inclusiu, tant per les famílies com per deixar de banda el masclisme que comporta.
- El feminisme aporta la base igualitària per poder parlar de diferents orientacions sexuals.
- Educativament cal alliberar-se del discurs binari i fer deconstrucció dels rols de gènere i parlar de sexe com a plaer i no únicament amb finalitats reproductives.
- Desconeixença per part del col·lectiu de les lleis i poca efectivitat d'aquestes.
- Cal implementar un sistema de diferenciació sexe-gènere, per poder explicar diferents realitats sexo-afectives i donar visibilitat als casos d'homofòbia.
- No centrar el projecte a parlar de gais i lesbianes, sinó com diferents orientacions sexuals que tothom pot experimentar.

9. TARGET O PÚBLIC OJECTIU

Per la definició dels diferents *targets* o perfils d'usuari del projecte, s'ha estudiat principalment la capacitat d'aprenentatge i l'interès pels continguts del seu entorn per part dels infants. Aquesta breu investigació permetrà determinar les franges d'edat més indicades per un bon ús de l'aplicació.

L'enquesta elaborada a 7. Anàlisi d'usuari també complementa la informació obtinguda i aporta altres dades com els principals interessos i comportaments dels infants un cop definida la franja.



9.1 Target demogràfic

El target demogràfic consta de la definició d'aquells elements que influeixen en l'entorn sociodemogràfic dels consumidors. Així doncs es tindrà en compte el gènere, l'edat, la zona geogràfica i l'economia dels usuaris, entre d'altres.

9.1.1 Gènere - Indiferent

El projecte està destinat tant al gènere masculí, femení o altres indistintament. A l'enquesta realitzada no s'ha distingit el gènere dels participants, ja que es creu que no és influent a l'hora d'identificar resultats o gustos.

Partint de la base que tot infant pot identificar-se com se senti més a gust i que aquest fet no ha d'influir en la interiorització de continguts ni en l'accés a aquests, es pretén que el projecte s'allunyi de les definicions convencionals de gènere regides pel sistema binari de la societat actual.

9.1.2 Edat - De 8 a 12 anys

La franja d'edat s'ha determinat a partir de l'interès dels participants i de la maduresa que poden tenir per interioritzar els continguts. Així, per exemple, Jean Piaget identificava diferents franges d'edat depenent l'estructura i desenvolupament del pensament cognitiu dels infants.

Segons Piaget dels 7 als 11 anys l'infant és capaç de donar sortida a problemes concrets de forma lògica i es qüestiona el que passa fins a arribar a entendre les lleis o establir sèries que li permeten classificar els continguts. Cap als 11 i abans d'entrar a l'adolescència, ja són capaços de resoldre's problemes més abstractes de forma lògica, obtenen un pensament més científic i desenvolupen un interès per temes socials i d'identitat.

Així doncs, s'ha comprès una franja potencial (entre 8 i 12 anys) en què els continguts del producte poden ser entesos i raonats més fàcilment. El projecte també



aprofita que els infants comencen a interessar-se pels problemes socials i fan ús de la lògica quan es troben amb continguts nous.

Tot i que la franja estigui definida principalment entre els 8 i 12 anys, les etapes i raonaments depenen del procés individual i de l'entorn cultural de cada infant. Així doncs, el projecte possiblement pot ser aprofitat per altres nens i nenes d'altres franges d'edat i no es pretén limitar-ne l'ús. Tot aquell que puguin raonar, interioritzar i desglossar els continguts pensants pot utilitzar i treure un ús productiu del projecte.

9.1.3 Zona geogràfica - Infants catalans

La delimitació geogràfica del projecte es regeix principalment per l'idioma i pels continguts. Els continguts de les notícies utilitzades (per elaborar els jocs i aportar dades seran principalment de Catalunya). D'altra banda, l'idioma principal i de llançament de l'aplicació serà el català.

Així doncs, els usuaris seran principalment de Catalunya o dels Països Catalans. Tot i això, aquesta delimitació geogràfica influïda en gran part per l'idioma i els continguts, pot variar amb els anys segons la previsió de futur del projecte que pot prendre magnituds més grans. Per altra banda, també pot ser consumit per infants que entenguin en català però que no visquin a Catalunya o infants que l'estiguin aprenent i tinguin un interès per les temàtiques i hi vulguin jugar.

9.1.4 Economia - Indiferent

Es podrà consumir per tots aquells que disposin d'un dispositiu mòbil o tauleta per jugar-hi. Es creu que l'economia dels consumidors del projecte no ha d'influir a l'hora de fer-ne ús. Regint-nos pel dret que tot ésser humà té dret a ser informat, es creu que el factor econòmic no ha de ser una negativa per aquells que no s'ho poden permetre



Així doncs, el projecte abordarà les diferents alternatives possibles per aquells infants que no puguin accedir a un dispositiu mòbil per motiu econòmic i intentarà facilitar ajudes o abordar els continguts des d'altres formats perquè tots els infants en puguin tenir accés.

9.1.5 Altres aspectes: Nivell educatiu, costums culturals i entorn digital

Aquests elements s'han agrupat en un mateix grup, ja que són subjectius i varien molt en funció de l'entorn cultural i del procés dels infants.

Pel que fa al nivell educatiu el projecte es crearà de forma que els raonaments es facin a partir dels jocs i del progrés en aquests, així doncs, el nivell educatiu no ha de per què influir en el seu consum. Tot infant que vulgui consumir el producte passarà per una fase individual d'interiorització i absorció dels continguts que dependrà únicament de la seva capacitat, més o menys significativa, d'aprendre jugant.

En relació als costums culturals de l'infant, s'entén que l'aplicació es compren de jocs fets a partir de contingut periodístic corroborat i que per tant, no deixa de ser una explicació de la realitat dels més petits. Si bé una religió o una forma de fer pot no compartir l'enfocament d'algunes temàtiques, es tracta de donar una visió àmplia i estructural de cadascun dels temes.

Finalment, l'entorn digital dels usuaris és important en el sentit que és necessari que tinguin una relació directa amb la tecnologia. Tot i que és veritat que el projecte constarà amb altres suplements per traspasar informació, el principal serà l'aplicació per mòbil o tauleta.

9.2 Target psicològic

El target psicològic es basa majoritàriament en els interessos principals dels petits consumidors. Els interessos s'han definit detalladament al punt 7. [Anàlisi d'usuari](#), així que se'n descriuran les característiques més importants:

- Interès per allò passa al seu voltant.
- Interès per descobrir i arribar a conclusions per ells mateixos.
- Ús de la tecnologia i interès pels formats digitals.
- Interès pels jocs, concretament pel joc *online*.
- Infants habituats a l'ús dels nous canals de difusió com les tauletes o mòbils.

9.3 Persona/Usuari Ideal

Per tal de definir l'usuari ideal, es tindran en compte les diferents aportacions del target demogràfic i del target psicològic, anteriorment esmenades.

Sociodemogràfics	Infants d'entre 8 i 12 anys catalans i habituals a l'entorn digital
Socioeconòmics	Infants amb accés a internet i una tauleta o mòbil
Psicològics	Infants interessats en la societat i el que passa al seu voltant. Curiosos i ambiciosos a l'hora de plantejar-se descobriments i reptes. Interessants en la innovació, la tecnologia i els jocs online i habituats al consum digital.

Taula 2. Persona o usuari ideal. Font: Elaboració pròpia.

9.4 Stakeholders

A partir del mapa conceptual elaborat, es poden veure altres agents socials que podrien estar interessats en el projecte o que s'hi veurien afectats directament. Des de centres educatius a universitats que vulguin estudiar-lo, fins a institucions polítiques o individus professionals dels àmbits treballats en el projecte.

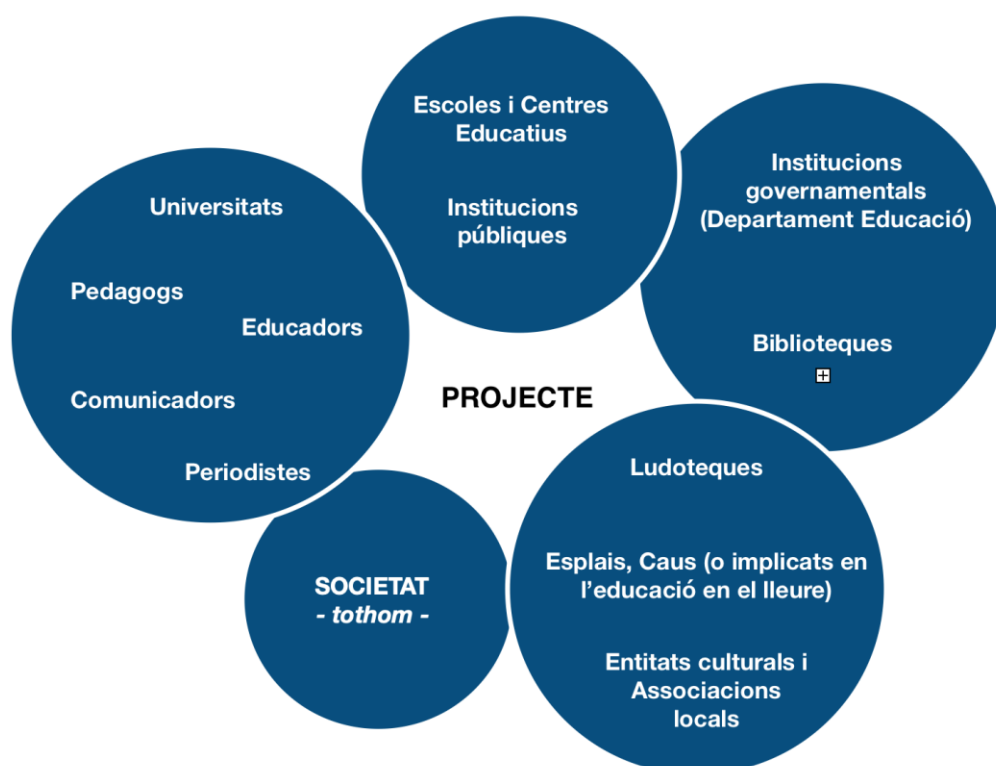


Figura 3. Stakeholders del projecte. Font: Elaboració pròpia.

10. ANÀLISI DE MERCAT

L'anàlisi de mercat servirà per definir la competència envers altres projectes ja existent, així com per detectar quins són els punts forts i els punts febles del producte a l'hora de llençar-lo al mercat.

Els processos per determinar la competència i l'anàlisi DAFO del projecte, aniran relacionats amb alguns aspectes esmenats a [7. Anàlisi d'usuari](#) i [9. Target o públic objectiu](#).

10.1 Anàlisi DAFO

L'anàlisi DAFO és una eina que ens permet identificar la situació d'una empresa. S'utilitza generalment per fer una anàlisi de les característiques internes (Fortaleses i Debilitats) del projecte i aquelles situacions externes del mercat que poden afectar però al projecte que depenen del mercat (Oportunitats i Amenaces).

A partir de l'anàlisi es podrà determinar la viabilitat del projecte i emmarcar-lo a l'hora de posicionar-se, tot identificant les estratègies de creació, disseny, comunicació i difusió més adients.

<p><u>FORTALESES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Projecte innovador i diferenciat • Treball previ amb infants i coneixement de les seves necessitats • Treball previ en un programa periodístic dedicat a infants • Contacte directe amb persones vinculades amb la temàtica inicial • Projecte a l'abast de la majoria dels infants • Possibilitat d'accedir al projecte en qualsevol hora • Aplicació mitjançant tauletes i mòbils • Presentació de la informació de forma atractiva 	<p><u>DEBILITATS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Falta de posicionament, ja que es tracta d'un producte nou • Finançament escàs • Referents escassos, ja que es tracta d'un tècnica periodística poc utilitzada amb anterioritat • Recursos reduïts (programació, disseny etc.) i assessorament • Temàtiques denses i importants amb grans continguts de base que cal abordar • Poca informació relacionada amb el joc a l'hora de transmetre continguts
<p><u>OPORTUNITATS</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Tecnologia com a eina innata i atractiva pels infants • Ús de la tecnologia en productes periodístics digitals • Poca competència directe en el sector • Interès dels infants per el joc, el descobriment i la tecnologia entre els 8 i 12 anys 	<p><u>AMENACES</u></p> <ul style="list-style-type: none"> • Poc interès dels infants per jocs didàctics i pel periodisme convencional • Ús de la tecnologia com entreteniment i desvinculació del foment de l'esperit crític • Sistema educatiu poc flexible per la introducció de nous continguts • Poc interès dels infants en aprendre durant el temps lliure

Taula 3. Anàlisi DAFO. Font: Elaboració pròpia.

10.2. Anàlisi de la competència

Per tal de fer una anàlisi de la competència que sigui determinant pel projecte. Com es tracta d'un producte innovador amb unes característiques molt concretes de fusió de periodisme i joc, s'han escollit projectes amb diferents enfocaments i formes de

transmetre notícies. Principalment, projectes informatius influents dirigits a nens i nenes i per altra banda, projectes periodístics innovadors que apliquen altres tècniques i mètodes de comunicació. També s'analitzarà un taller escolar, ja que és una de les tècniques més directes d'aproximar el periodisme a les aules.

En l'anàlisi de la competència ens basarem a determinar quin contingut s'ofereix (anàlisi de criteris periodístics) i de quina forma (és a dir, els canals i formats principals que s'utilitzen). També es determinarà la seva audiència potencial i característiques principals (horari, periodicitat, etc.)

A continuació s'esmenten els escollits:

- InfoK
- Revista ReporterDoc
- Nushu
- Taller. Periodista per un dia - *SomAtents*

10.2.1 InfoK

Format periodístic	Programa informatiu televisiu
Periodicitat	Programa diari (dilluns-dijous)
Horari i durada	A les 19.30h - Durada d'entre 10 i 15 minuts.
Target	Infants d'entre 8 i 12 anys.
Primer llançament	23 d'abril del 2001
Propietat de...	CCMA (Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals)

Taula 4. Anàlisi de mercat InfoK. Font: Elaboració pròpia.

L'InfoK és un programa informatiu televisat per infants de 8 a 12 anys que es transmet des del 2001 pel Canal Super3 (antigament conegut com a K3 o 33). El programa segueix l'estructura d'un informatiu televisiu, adaptant els continguts perquè puguin ser entesos i interessants pels infants.



Figura 4. Presentadora i logotip InfoK. Font: www.ccma.cat/InfoK.

La seva directora actual és la Laia Servera i compta amb un equip de 9 persones que configuren les notícies i edició del programa. Entre ells hi ha periodistes, comunicadors audiovisuals, productors o grafistes.

L'objectiu del programa va sorgir del concepte que si el dret a la informació és un dret per totes les persones, els nens i joves també es mereix conèixer-les. Es tracta de l'únic informatiu infantil a Espanya i agafa les idees d'informatius molt integrades a diferents països europeus com NewsRound que va néixer El 1972, de la BBC Britànica o Jeugfjournaal de la NOS holandesa, llençat El 1981.

10.2.1.1 Anàlisi dels continguts

Els continguts periodístics es basen en els criteris d'actualitat. Les notícies són narrades perquè els nens i nenes les puguin entendre, amb més context i amb un suport explicatiu més ampli, moderant i adaptant les imatges en molts casos.

Una de les característiques per la tria de notícies es deu a la complexitat d'enteniment, fet que considera en molts casos readaptar-les o dedicar-ne un informatiu sencer a la temàtica, és a dir, fer-ne un especial. Per altra banda, també hi ha notícies dirigides únicament als infants que no solen entrar com a fets noticiables als informatius d'adults o no se'n dona tanta importància (per exemple torneig de basquet d'escoles, innovacions tecnològiques que els afecten, l'assetjament infantil, etc.)

Els protagonistes de les notícies i per tant, els protagonistes dels continguts com entrevistes i reportatges sempre són els infants. Amb aquesta idea es crea proximitat i s'intenta que ells mateixos siguin capaços de reflexionar sobre temàtiques que els afecten directament. Per això, en molts casos, quan es decideix fer una peça informativa s'opta per agafar un grup de nens i nenes i gravar les reaccions o les seves opinions.

10.2.1.2 Canals, formats i gèneres periodístics

El canal de difusió és la televisió amb el format d'un informatiu televisat per infants.

Els gèneres emprats són iguals que els usats en un informatiu convencional: peces de notícies en format de reportatge, entrevista o crònica.

Normalment totes les notícies s'acompanyen de gràfics o de puntualitzacions molt estrictes dels periodistes, per afirmar i explicar de forma entenedora conceptes difícils.

També es divideix en seccions, per exemple d'economia, el temps, el Periscopi (explicació d'un tema interessant amb gràfics i per un personatge concret, etc).

10.2.1.3 Altres consideracions

L'InfoK no només és un informatiu televisat sinó que també consta d'una web on es penjen continguts, però que també aporta altres utilitats.

Consta d'una secció de jocs, música i *blogs* amb continguts d'aprenentatge i de notícies destacades, així com de concursos i activitats que faciliten la comprensió d'alguns temes.

També s'intenten difondre continguts en anglès i es vincula directament amb el carnet de Super3, que aporta algunes facilitats.

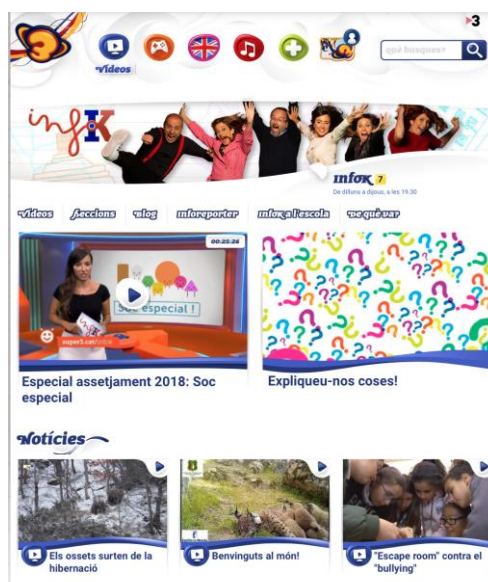


Figura 5. Web InfoK. Font: www.ccma.cat/InfoK

Els integrants de l'InfoK, també fan xerrades i visites pels més petits explicant la seva feina i la seva importància.

10.2.2 ReporterDoc

Format periodístic	Revista educativa i informativa
Periodicitat	Mensual
Extensió	Entre 50 i 60 pàgines
Targeta	Infants a partir de 9 a 11 anys
Primer llançament	1994
Propietat de...	Bayard (Grup Editorial Francès)

Taula 5. Anàlisi de mercat ReporterDoc. Font: Elaboració pròpia.

ReporterDoc és un recurs didàctic per nens i nenes d'entre 9 i 11 anys que promou desenvolupar certs aspectes de l'aprenentatge i fomentar la lectura per part dels més petits.



Figura 6. Exempler ReporterDoc. Font: https://www.bayard-revistas.com/revista_reporter-doc.html

És propietat del Grup Editorial Bayard, conegut com a líder en revistes infantils i juvenils i fa més de 30 anys que difon a Espanya la cultura lectora dels nens i nenes. Tenen moltes revistes diferents com *Popi*, *Cucafera*, *I Love English* etc.

Es tracta d'una revista educativa que es defineix com a documental, visual i basada en imatges però també en la lectura per satisfer la curiositat dels nens i nenes en aquestes edats.

Es va llançar al 1994 i té un tiratge de 19.000 exemplars i 68.142 lectors. Està pensada per utilitzar tant a les escoles com a ús personal dels nens i nenes a casa.

10.2.2.1 Anàlisi dels continguts

Els continguts de la revista no són estrictament periodístics, ja que no informen d'un tema d'actualitat concret, sinó que la noticiabilitat és més extensa en el temps com podria ser un reportatge. Es tria un tema en concret que dona pas a una temàtica general de la revista.



Els continguts són diversos i aborden doncs des de jocs i còmics fins a continguts que facilitin l'aprenentatge en un àmbit. També inclou experiments, preguntes i sobretot un gran ús de la fotografia com a recurs.

En la majoria de pàgines el contingut de text és escàs i es vincula directament amb les imatges, aportant noves dades i característiques del que s'està parlant. Es tracta més aviat d'anotacions breus per la facilitació de la comprensió que de textos llargs i elaborats. Per exemple, si es vol explicar una cosa amb un text llarg, utilitzen el còmic com a alternativa.

10.2.2.2 Canals, formats i gèneres periodístics

ReporterDoc utilitza la revista per difondre els seus continguts i sobretot, ho vinculen a la necessitat lectora dels infants.

Pel que fa als gèneres, es tracten en la gran majoria d'una hibridació d'aprenentatge i recurs periodístic. Els gèneres s'expressen a partir de diferents formes de fer, des d'un reportatge del tema en concret de la revista, secció *Maxidoc*, fins a jocs i còmics per entendre els conceptes explicats.

Les seccions que més es poden vincular en estructura als formats i gèneres periodístics són *Maxidoc*, que utilitza l'estratègia de reportatge a



Figura 7. Reportatge ReporterDoc. Font: https://www.bayard-revistas.com/revista_reporter-doc.html

partir d'imatges, *SuperCòmic i Expedició taral·lirot* que es tractaria d'una hibridació de crònica i reportatge amb un fil conductor visual i *Animal*, que es vincularia a un reportatge d'imatges amb petites anotacions.

Per altra banda, hi ha una secció que es regeix per criteris d'actualitat més estrictes: *Món actual*. En ella s'inclouen notícies en format petit i acompanyades d'imatges que expliquen coses importants relacionades amb ciència, història i natura en el món durant aquell mes.

Per altra banda, la secció *Totes preguntes*, s'equipararia a la feina en format entrevista duta a terme per un infant, que visita a un expert sobre el tema principal de la revista i investiga sobre el tema en concret, convertint-se en un reporter o periodista.



Figura 8. ReporterDoc Investigació. Font: https://www.bayard-revistas.com/revista_reporter-doc.html

10.2.2.3 Altres consideracions

ReporterDoc també disposa de continguts en jocs de forma *online*, així com una revista digital en castellà. Per altra banda disposen d'un servei de subscripció en què els infants poden triar rebre la revista a casa mensualment i aportar diferents continguts a la revista, amb preguntes i consideracions sobre determinats temes.

10.2.3 Nushu

Format periodístic	Aplicació (realitat augmentada) i revista
Periodicitat	15 missions anuals i informe d'actualitat setmanal
Extensió	Depèn de la missió
Target	Entre 8 i 12 anys
Primer llançament	Setembre 2017
Propietat de...	Eva Domínguez i inversors

Taula 6. Anàlisi de mercat Nushu. Font: Elaboració pròpia.

Nushu és una aplicació que permet a l'infant apropar-se a la realitat i a l'actualitat mitjançant el joc. Es basa en un extraterrestre, en Nushu, que no entén la terra i demana ajuda als usuaris que juguen amb ell.



Figura 9. Nushu interactiu. Font: <https://www.nushuadventures.com/index.html>

A partir de la realitat augmentada per dispositius mòbils, els nens i nenes ajuden al petit extraterrestre, interactuant amb ell. Així els nens i nenes s'informen i donen pas al sentit crític a partir d'una història d'aventures.

El projecte creat per Eva Domínguez, periodista i professora de la UPF aposta pel periodisme per nens i nenes i agafa França com a exemple en l'adaptació de notícies per als més menuts. Tot i que afirma que a Catalunya existeix l'InfoK creu

que cal desatomitzar el sector i donar informacions contrastades d'arreu del món als infants.

10.2.3.1 Anàlisi dels continguts

Les missions es basen en temàtiques més generals i a llarg termini, que van acompanyades de continguts i d'ajudes que els dona el mateix extraterrestre. Les missions es despleguen en pàgines il·lustrades que es complementen amb l'aparició 3D i en realitat augmentada d'en Nushu a través de la tauleta. Cada missió conté diàlegs, jocs i reptes perquè els nens i nenes coneguin i descobreixin.

QUÉ CONTIENE EL SERVICIO

La suscripción básica a NUSHU da acceso a:

- ◆ Revista anual
- ◆ PDFs descargables desde la web
- ◆ Diálogos y juegos en realidad aumentada
- ◆ Guías docentes
- ◆ 15 misiones al año

Figura 10. Servei Nushu esquema. Font: <https://www.nushuadventures.com/index.html>

El criteri d'actualitat es regeix per l'aportació de la notícia més important (setmanalment) relacionada amb la missió que el nen i nena està duent a terme amb Nushu. Per exemple, si està coneixent els moviments sísmics de la terra i perquè passen (missió) cada setmana en Nushu li portarà una notícia d'actualitat sobre el tema, per exemple, el terratrèmol de Mèxic.

10.2.3.2 Canals, formats i gèneres periodístics

El canal i format de difusió és d'una revista amb el suport d'una aplicació mòbil en què s'usa la realitat augmentada per difondre continguts i crear interacció amb els infants.

La narració molts cops conté diàlegs, jocs i reptes perquè els nens i nenes interactuïn i descobreixin, així que no es tracta d'un gènere periodístic concret sinó que els hibrida i converteix els infants en els investigadors i protagonistes del joc.

Així doncs, es tracta d'una actualització dels gèneres periodístics integrant el joc com a principal format per difondre informació, acompanyat de recursos pràctics i informatius més convencionals.

A més, aporta un contingut d'aprenentatge molt allunyat del periodisme convencional, ja que facilita una interacció dins l'aula i activitats per als docents que no segueixen les rutines periodístiques.



Figura 11. Missions Nushu. Font: <https://www.nushuadventures.com/index.html>

10.2.3.3 Altres consideracions

Nushu internacionalitza el seu projecte fent servir tres idiomes: català, castellà i anglès. D'aquesta manera fomenta que els nens i nenes puguin accedir a continguts en diferents idiomes i aprendre'ls, així com intenta arribar a un públic més ampli.

10.2.4 Periodista per un dia

Format periodístic	Taller periodístic
Periodicitat	6 sessions de 2h
Extensió	12 hores
Target	Entre 10 i 14 anys
Primer llançament	No s'especifica
Propietat de...	SomAtents

Taula 7. Anàlisi de mercat Periodista per un dia. Font: Elaboració pròpia.

Periodista per un dia és un taller dut a terme a escoles i instituts per introduir i prendre consciència de la feina periodística als infants i adolescents.

Es tracta d'un taller fet per un col·lectiu d'acció periodística vinculat a la Generalitat de Catalunya. Aquest col·lectiu duu a terme diferents tallers de periodisme per diferents edats i depenent del contingut que es vol donar en cada cas. També fan tallers a universitats, professionals, etc.

El taller té una extensió de 12 hores i permet aprofundir en el periodisme, ja que en molts casos no s'explica a les escoles ni entra dins dels currículums anuals de contingut dels centres.

Com es tracta d'un taller d'aproximació al periodisme per tant, l'objectiu és diferent, ja que no es tracta d'un projecte periodístic en concret.

10.2.4.1 Anàlisi dels continguts

L'objectiu principal és aportar als nens i nenes els recursos perquè comprenguin els textos periodístics. Pretén apropar la tasca periodística i la reflexió a partir de notícies i entendre quins relats hi ha als mitjans i com es configuren.



10.2.4.2 Canals, formats i gèneres periodístics

S'efectua mitjançant una formació convencional amb activitats concretes i dinàmiques pels més petits.

En aquest cas, com el projecte no es tracta d'un producte periodístic en si, no es poden determinar aspectes més formals com els canals, formats o gèneres. Ara bé, sí que introdueixen als infants a descobrir-los, entendre'ls i comprendre'ls.

10.2.4.3 Altres consideracions

Les formacions com Periodista per un dia serveixen per poder fer cultura periodística a la societat. En el cas dels infants, permet crear interès des que són petits així com donar elements per el bon enteniment del periodisme convencional.

11. ESTRATÈGIA COMUNICATIVA

11.1 Concepte

Per transmetre la idea principal del projecte i apropar el periodisme als infants d'una forma atractiva mitjançant el joc, s'ha fet un *pluja d'idees* (es pot consultar a [Annex 8: Brainstormig del projecte](#)) per tal de definir la forma més atractiva per canalitzar el missatge i de quina forma es transmetrà dins de l'aplicació.

Com a resultat de la pluja d'idees, s'ha arribat a la conclusió que cal un referent pels més petits amb qui s'identifiquin i es diverteixin. Per tal que aquest avatar s'identifiqui tant amb el periodisme i amb el joc cal que tingui unes característiques que el facin bon observador i amb capacitats interpretatives perquè els pugui servir com a ajuda.

El concepte es basa en la creació d'un avatar que sigui bon investigador, i a qui li calgui qüestionar-se tot. Portat al terreny del periodisme, es tractaria d'un reporter que viatja, veu, recapta i pregunta per tal de fer conèixer les notícies.

El paper dels infants serà ajudar aquest personatge i protagonista del projecte mitjançant el desxiframent jocs que se'ls van presentant. El joc és el resultat de les



preguntes que es fa el personatge i que no pot respondre per si sol, ja que necessita ajuda i creativitat.

Així doncs s'han desenvolupat les següents idees per aclarir el concepte:

- **Ocell:** Personatge principal del projecte que serveix com a vincle entre periodisme i joc. Pot *volar* per tots llocs i té la capacitat de *veure-ho tot* i descobrir coses parant a *investigar* allà on va. Li fa falta *ajuda* per entendre coses que fem els humans i que no acaba d'entendre.
- **Càmera digital:** serveix com a canal mitjançant el qual l'ocell transmet el coneixement periodístic. A partir de la càmera imprimeix *notícies digitals* en *format joc* que seran les que els infants hauran de desxifrar per ajudar-lo. Cada cop que hi ha una nova carta instantània de l'ocell investigador és sinònim de nova notícia o temàtica en format joc.

El concepte d'un ocell que viatja i envia cartes amb les notícies surt de les respostes d'opinió personal de l'anàlisi d'usuaris. Molts infants coincidien en el fet que els agradaria que les notícies els hi arribessin amb coloms missatgers.

11.2 Naming i eslògan

11.2.1 Naming

Per tal de relacionar el concepte amb el projecte, s'ha apostat per la idea que el nom s'identifiqui amb el personatge principal, l'ocell.

Així doncs s'ha escollit el nom de *Pyus* com a nom del personatge principal que es farà servir. S'ha buscat un nom breu i fàcil que pugui ser memoritzat fàcilment pels infants i que tingui alguna relació amb el concepte



Pyus va ser resultat d'aportar una variació al nom ja existent en català: Pius. Es tracta d'un nom poc recurrent i té una estricta relació, pel que fa a sonoritat, a la paraula *piular*, so que fan servir els ocells per comunicar-se. Com es tracta d'una aplicació per un públic infantil, aquesta relació sonora pot influir a l'hora d'associar conceptes i aportar facilitat a la memorització.

11.2.2 Eslògan

L'eslògan servirà per aportar més informació sobre l'aplicació i convidar als usuaris a utilitzar-la. El seu principal objectiu és crear interès pel joc i el periodisme.

L'eslògan triat després d'una valoració i elecció entre altres possibilitats ha estat:

Les notícies volen!

Amb aquesta frase s'han unificat molts conceptes principals del projecte:

- El fet de **volar** com ho fa el personatge principal i com a sinònim de córrer (o anar ràpid) per aconseguir un objectiu.
- Les **notícies** com a sinònim de periodisme i de la temàtica de l'aplicació

Es pretén que aquest eslògan sempre vagi acompanyat del nom del projecte *Pyus*, ja que un sense l'altre es poden entendre, però no aporten el significatiu complet del projecte.

11.3 Identitat corporativa

11.3.1 Visió

Esdevenir un projecte innovador que millori la vida dels infants, mantenint-los informats i comunicats de forma divertida i dinàmica, així com esdevenir un referent de bon periodisme infantil. *Pyus* vol servir com a altaveu de molts dels problemes socials en què es poden veure implicats els més petits i que no entren en els noticiaris convencionals ni en l'educació.



11.3.2 Missió

Oferir continguts periodístics atractius pels nens i nenes amb la implementació del joc com a nova eina d'aprenentatge i crear interès pel periodisme i una cultura periodística rica pels infants.

11.3.3 Valors

- **Curiositat i tafania:** No deixar d'innovar i investigar, així com tenir interès per tot el que passa al nostre voltant i contagiar-lo als més petits.
- **Tolerància:** Respectar totes les idees dels altres dins de totes les matèries: religiosa, ètica, política, etc. i transmetre aquesta idea als infants.
- **Esperit crític:** Creiem en les capacitats d'interpretació dels infants, per això se'ls anima a realitzar anàlisis, donar opinions i conformar el seu propi pensament sobre diferents temes.
- **Equitat:** Fomentar que tots els infants siguin valorats de la mateixa forma i tinguin els mateixos drets, adaptant en cada cas concret les metodologies i estratègies en funció de les oportunitats de cadascun.

Altres valors com el **feminisme**, l'**ecologisme**, la **democràcia**, la **llibertat d'expressió** o la **inclusió** venen implícits en el projecte partint de la base que Pyus vol esdevenir una eina que tregui a la llum molts problemes socials que influeixen a les vides dels més petits i d'igual o diferent manera, al conjunt de la societat.

12. CONTINGUTS

Els continguts i la forma en què es presenten són una de les parts primordials d'aquest projecte. Per tant, cal que els continguts siguin definits, així com coherentment distribuïts de forma clara i objectiva dins de la interfície.

La selecció dels continguts es basarà prioritàriament en l'objectiu de presentar contingut periodístic en format joc, així com tenir en compte els criteris d'usabilitat i



les interaccions que facilitin l'accés de continguts en relació a la franja d'edat corresponent als usuaris.

Els continguts es definiran a partir de les dades extretes de l'anàlisi de l'usuari, així com les conclusions generals extretes a partir les diferents formes de documentació que s'han emprat per abordar la temàtica (documentació, entrevistes i grups de discussió).

L'organització de continguts de l'aplicació Pyus es divideix en diferents pàgines, cadascuna consta, individualment, d'unes funcions i continguts concrets i diferenciats. Per tal de navegar per l'aplicació es disposa d'un menú inferior horitzontal amb icones molt clares perquè els infants puguin relacionar-ho fàcilment amb la pàgina i els continguts que hi veuran.

Destacar que molts dels continguts de l'aplicació seran explicats per l'avatar principal, en Pyus, que farà de fil conductor amb aportacions i descripcions per tal de profunditzar en la temàtica. Tots aquests continguts en forma d'animació en què parla l'avatar, es mostraran acompanyats d'una veu en off, complementada amb un resum sintàctic en format text a la pantalla. D'aquesta forma es pretén que l'aplicació estigui adaptada per usuaris cecs i sords i que indiferentment de la diversitat funcional que puguin tenir, tinguin accés al contingut.

12. 1 Guió tècnic

12.1.1 Organització dels continguts

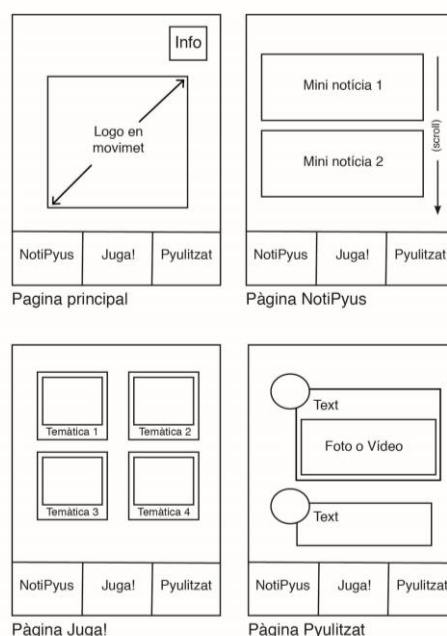


Figura 12. Esquema organitzatiu de Pyus. Font: Elaboració pròpia.

12.1.1.1 Peu de pàgina - Menú de navegació

El menú de navegació és horitzontal i es troba fixat a l'aplicació, es situa a la part de baix de l'aplicació.

Consta de tres botons a partir dels quals pots accedir a diferents pàgines de l'aplicació. Cada botó es definirà a partir d'icones molt visuals per tal que els nens i nenes intueixin a quin contingut els porta cada botó interactiu.

Els diferents botons són el punt d'interacció que determina les diferents pàgines a les quals accedir, des de la pàgina principal. El menú doncs, serà gran i visible per tal que cridi l'atenció dels usuaris.



12.1.1.2 Pàgina principal

La pàgina principal és el punt de confluència dels diversos continguts i la primera a obrir-se en accedir a l'aplicació.

Conté el menú principal així com una imatge en moviment d'en *Pyus* acompanyat del logotip i de l'eslògan de la campanya.

També conté un botó a la part superior dedicat al professorat, monitors, etc. que es vulguin posar en contacte amb el projecte. Conté els crèdits, informació addicional de funcionament, així com les diferents xarxes socials del projecte.

A partir de la pàgina principal es poden accedir a altres pàgines amb el menú de navegació:

- **Pàgina NotiPyus (icona - interrogant):** Servirà per profunditzar més en les temàtiques a part del joc. Continuarà petites notícies independents en diferents formats.
- **Pàgina Juga! (icona - ploma):** Hi haurà les diferents temàtiques i l'usuari accedirà al contingut periodístic a partir dels mini-jocs de la temàtica.
- **Pàgina Pyulitzat (icona- càmera fotogràfica):** Xarxa interna de l'aplicació on l'usuari pot compartir continguts amb fotografia i text.

Cada pàgina constarà d'unes barres contextuais a la part superior, que definiran i permetran a l'usuari saber on es troba.

12.1.1.3 Pàgina NotiPyus

La pàgina indicada consta de petites notícies en format breu que permeten accedir a l'infant a continguts independents i ampliats sobre la temàtica tractada. S'aniran actualitzant mensualment, en funció de la data de llançament de la nova temàtica.



Tot i això, és una pàgina que permet flexibilitat, no només aportarà contingut extra i noticable adequat als usuaris, sinó que servirà per poder fer avenços de la temàtica abans del seu llançament, així com publicar continguts que puguin semblar interessants als usuaris. Per exemple, pot ser usada tant per publicar vídeos o projectes per aprofundir en la temàtica com una notícia d'autoria externa que s'adeqüi als criteris dels usuaris.

Tant les mininotícies pròpies com les externes es presentaran acompanyades d'un text (de llargada diferenciada segons la notícia) i contingut audiovisual, ja pugui ser vídeo, foto, àudio o peces interactives.

En definitiva, la pàgina NotiPyus serveix com a complement periodístic per establir un lligam directe entre la forma tradicional d'informar i els infants, deixant de banda el concepte del joc. A partir d'aquesta, es fomenta la interactivitat i es pretén incentivar a l'usuari a consumir un contingut periodístic adaptat a la seva edat.

12.1.1.4 Pàgina Juga!

És la base del projecte, en ella s'hi trobaran les diferents temàtiques del joc (desbloquejades o bloquejades). A partir del clic a la casella de cada temàtica, els usuaris s'endinsaran en el món dels mini-jocs amb un fil conductor concret de la mà d'en Pyus.

La pàgina Juga!, permet visualitzar les temàtiques en format de fotografia digital, com si es tractés d'una fotografia instantània. D'aquesta manera s'enllaça el concepte que la càmera del Pyus imprimeix fotografies digitals dels llocs per on ha viatjat. Un cop dins la temàtica els mini-jocs segueixen un fil augmentatiu en què en Pyus, que actua com a avatar principal, presenta els jocs fent una breu introducció per facilitar l'absorció de continguts.



El nombre de mini-jocs i les seves característiques no són concrets, sinó que poden variar depenent de les necessitats de la temàtica a tractar. En el cas de la temàtica concreta d'aquest projecte es definiran a l'apartat [12.2.2 Definició dels continguts](#).

[12.1.1.5 Pàgina Pyulitzat](#)

Amb aquesta pàgina es pretén crear una xarxa social interna dins de l'aplicació Pyus. Aprofitant l'interès per les xarxes socials dels usuaris, cada cop en edats més petites, la pàgina Pyulitzat vol servir com a alternativa que per fomentar una educació en la xarxa amb uns valors educatius concrets.

Amb la xarxa es vol aconseguir que els usuaris vagin més enllà que pujar un contingut simple, sinó que puguin fomentar l'esperit crític per utilitzar les xarxes d'una forma ètica. Per això cada setmana es proposarà un enigma, que un cop resolt se'n podrà compartir el resultat amb els altres usuaris.

Per altra banda, a part de les publicacions dels continguts ja esmenats, els permetrà pujar continguts audiovisuals així com petites descripcions del que l'usuari faci o senti en fer servir l'aplicació o els rècords que pugui anar aconseguint un cop realitzats.

Per evidenciar l'organització dels continguts de forma visual podeu consultar l'apartat [15. Prototip](#).

[12.1.2 Mapa de navegació](#)

A partir del mapa de navegació es poden representar esquemàticament les funcions de l'aplicació i l'hipertext que contenen. També permet apreciar les diferents pàgines i subpàgines, així com la seva continuïtat i aparició dins l'aplicació.

Pyus consta d'una navegació horitzontal, és a dir, per accedir a les diferents pàgines, es fa a través d'un menú fixe a la part de baix de l'aplicació. Es pot accedir

a les diferents pàgines tant des de la pàgina principal com des de qualsevol de les altres tres.

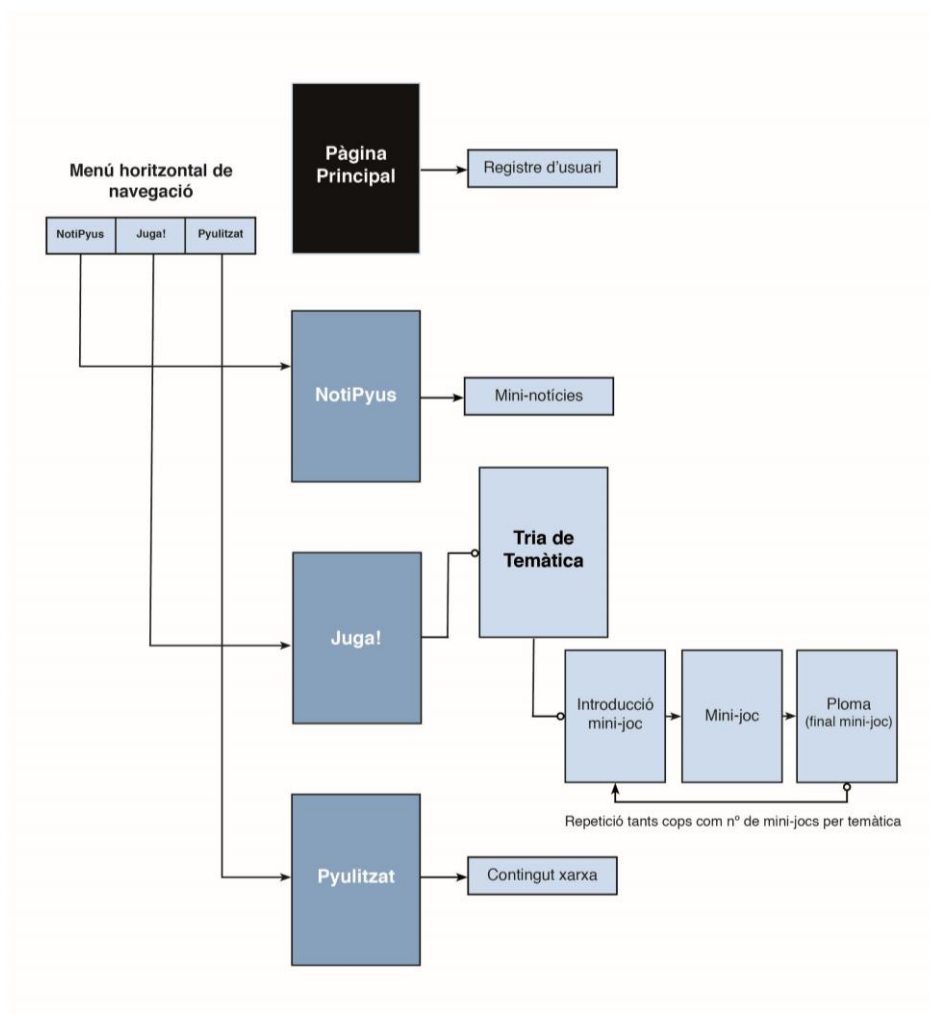


Figura 13. Mapa de Navegació Pyus. Font: Elaboració pròpia.

Les pàgines NotiPyus i Pyulitzat són contenidores de contingut, és a dir, la seva estructura és molt bàsica i permet accedir a diferents notícies (en el cas de NotiPyus) o posts dels usuaris (Pyulitzat) amb un sol clic.

La pàgina Juga!, conté una organització dels continguts més elaborada i precisa dins de la mateixa pàgina. Cal detallar-la el funcionament del joc i com es configura per tal de facilitar la definició dels continguts.

Les temàtiques inclouen els mini-jocs necessaris per poder abordar-la, en el cas concret de: en són quatre. Als diferents mini-jocs els precedeix una presentació de contingut feta pel personatge Pyus.

Un cop finalitzat el mini-joc amb bons resultats, l'usuari aconsegueix una de les plomes corresponent a un dels colors del plomatge d'en Pyus. Com en aquesta temàtica concreta fan falta 4 mini-jocs, hauran d'obtenir quatre plomes de colors per superar-la. Un cop obtingudes les diferents plomes dels diferents colors, hauran superat la temàtica.

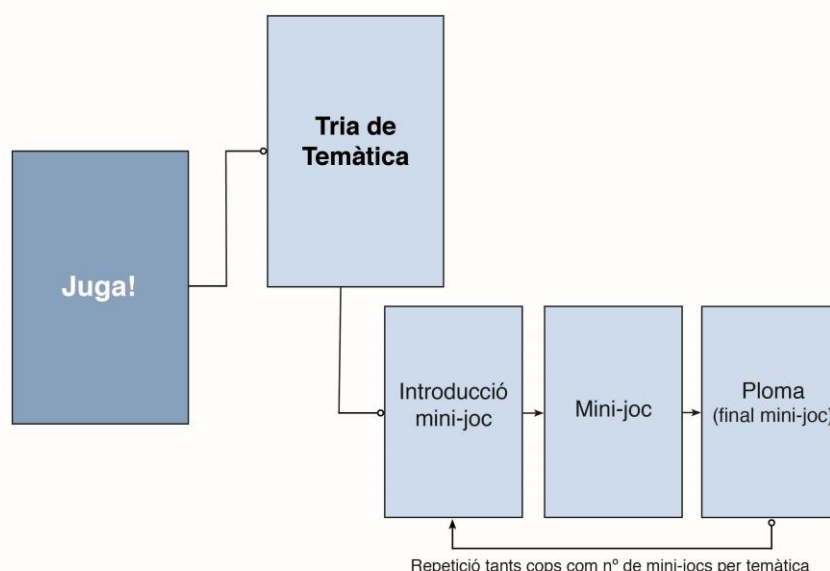


Figura 14. Estructura tècnica pàgina Juga!. Font: Elaboració pròpia.

12.1.3 Descripció tècnica de la pàgina Juga!

I. Clic a la temàtica

II. Pyus presenta la temàtica i el mini-joc “Mots encreuats”

- Format: Imatge amb àudio
- Visualització en pantalla: Fotografia Pyus, Fotografia Orgull Gai, Vídeo Contextual col·lectiu LGTBI i botó juga.

III. Visualització vídeo contextual del col·lectiu LGTBI



- Format: Vídeo, a consultar a <https://www.youtube.com/watch?v=4Ce8Jg18dxw>
- Visualització en pantalla: Infografia animada

IV. Clic al botó Juga!

V. Jugar al mini-joc “Mots encreuats”

VI. Clic al botó Passa al següent joc

VII. Aconseguir ploma lila + Clic al botó Juga!

VIII. Pyus presenta el mini-joc “Laberint”

- Format: Imatge i àudio
- Visualització en pantalla: Imatge Pyus parlant, Fotografia del laberint, Ploma lila i botó juga.

IX. Clic al botó Juga!

X. Jugar al mini-joc “Laberint”

XI. Clic al botó Passa al següent joc

XII. Aconseguir ploma blanca + Clic al botó Juga!

XIII. Pyus presenta el mini-joc “Notícia certa o notícia falsa”

- Format: Vídeo
- Visualització en pantalla: Animació Pyus parlant sobre l'arbre, ploma lila i blanca i botó juga.

XIV. Clic al botó juga

XV. Jugar al mini-joc “Notícia certa o notícia falsa”

XVI. Clic al botó Passa al següent joc

XVII. Aconseguir ploma blava + Clic botó Juga!

XVIII. Pyus presenta el mini-joc “Trivial”

- Format: Vídeo
- Visualització en pantalla: Vídeo Pyus volant, ploma lila, blanca i blava i botó Juga!



IX. Clic al botó juga

XX. Jugar al mini-joc “Trivial”

XXI. Clic al botó Aconseguit!

XXII. Aconsegueix ploma taronja

XXIII. Fi Temàtica + Felicitació Pyus + Botó Finalitza el joc! → Condueix a la pàgina NotiPyus.

Totes les músiques utilitzades a l'aplicació són lliures de drets d'autor descarregades de la pàgina www.ashamaluevmusic.com.

12.1.4 Descripció tècnica Altres pàgines

12.1.4.1 Introducció a l'aplicació

Apareix només a l'obrir l'aplicació per tal de contextualitzar i presentar en Pyus com a avatar. Serveix d'introducció i posada en contacte amb el joc, mentre carreguen els continguts afegits.

- Format: Vídeo
- Visualització en pantalla: Animació Pyus. Pyus vola amb la càmera fins a un arbre on s'atura i surt el nom i l'eslògan.
- Clic botó Coneix en Pyus! → Condueix a la Presentació d'en Pyus

12.1.4.2 Presentació Pyus com a avatar

Apareix després de la introducció amb la imatge corporativa, sobre la pàgina principal. Només es reproduceix quan és el primer cop que es fa servir l'aplicació. És important ja que definirà el primer contacte entre l'usuari i l'avatar principal, en Pyus. Pyus es presenta a l'usuari i explica la seva història, serveix per contextualitzar i crear un primer vincle. Ho fa sobre l'estructura de l'aplicació, ja es poden apreciar els botons. L'infant pren un primer contacte amb l'aplicació

- Format: Vídeo
- Visualització en pantalla: Animació Pyus parlant
- Clic al botó Juga! → Condueix als mini-jocs.

12.2 Guió literari

12.2.1 Tria i distribució dels continguts

Per tal de definir quins aspectes són més rellevants per l'aplicació i en quina forma s'han de tractar (que dependrà també de la distribució per pàgines), s'han seleccionat els continguts en què hi ha més mancances a partir de conclusions obtingudes de les notícies, les entrevistes i el grup discussió.

Els continguts triats per tractar, seran usats amb les finalitats concretes de la temàtica: visibilitzar-la, educar els infants per ser conscients de la seva orientació sexual i fer-los més lliures, tant a l'hora de decidir, com a l'hora de relacionar-se amb els altres.

A la següent taula es presenta esquemàticament la tria i distribució de continguts en relació a les diferents pàgines de l'aplicació.

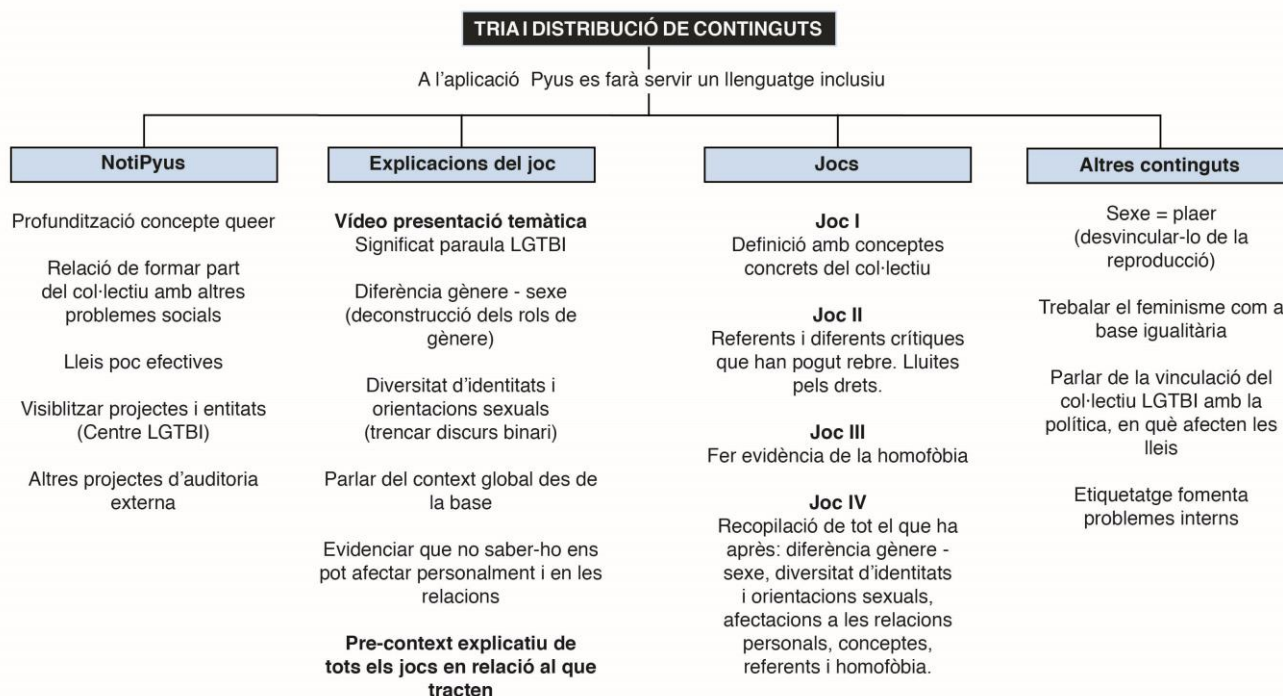


Figura 15. Esquema tria i distribució de continguts. Font: Elaboració pròpia.



12.2.2 Definició dels continguts

En aquest apartat es mostraran els continguts de l'aplicació en la seva totalitat. Es definiran els formats, l'estructura, els textos, els gràfics, els elements multimèdia i altres continguts addicionals que es necessiten perquè cada pàgina de l'aplicació compleixi la seva missió.

Per altra banda, abans de definir els continguts corresponents a cada pàgina s'explicarà el seu motiu i objectiu dins del projecte. Per tant, es definiran i justificaran els continguts de les següents pàgines:

- Pàgina principal
- NotiPyus
- Juga!
- Pyulitzat

12.2.2.1 Pàgina principal

A la pàgina principal i constaran els següents continguts:

- Logotip Pyus en moviment

Text: Pyus, les notícies volen!

- El primer cop en fer servir l'aplicació també constarà amb un botó de *Registre d'usuari* amb els següents elements:

Text:

- Com et dius?
- Nom d'usuari
- Contrasenya
- Puja la teva foto!

- Botó Contacta!



12.2.2.2 Pàgina NotiPyus

A la pàgina NotiPyus s'inclouen notícies adaptades als infants que els permetin tenir més coneixement de la temàtica. Les notícies consten de titulars bàsics amb un cos de notícia breus i elements multimèdia que facilitin l'enteniment de les notícies.

Totes pretenen servir de complement dels mini-jocs. En elles es fa servir un vocabulari que resulti proper als infants i hi ha molta contextualització i expressions de la llengua oral.

D'altra banda, els titulars no segueixen els criteris de subjecte + verb + predicat, com ho fan les notícies per adults, sinó que intenten cridar l'atenció dels infants amb els signes de puntuació o convidar-los a entrar i llegir la notícia.

NOTÍCIA D'ELABORACIÓ PRÒPIA	
Format	Imatge i text
Titular	Sóc <i>queer</i> i no crec en les etiquetes!
Cos de la notícia	<p>En Jordi és una persona <i>queer</i>... i això què vol dir? Doncs que no creu que li hagi de dir a ningú com es sent, quin sexe li agrada o quines normes ha de seguir per tenir parella (si és que en vol tenir). De fet, no és que no li vulgui dir a ningú com es sent... sinó que creu que si ho fa l'etiquetaran d'una manera en concreta i no n'està d'acord.</p> <p>Segons les persones <i>queers</i> els sentiments o les orientacions sexuals són diferents per cada persona. Diuen que si no existissin les etiquetes com per exemple <i>ser homosexual</i>, <i>ser transsexual</i>, <i>ser dona</i> o <i>ser home</i>, seria molt més fàcil que tothom es sentís de la forma que més li agradés. I a més... ningú ens jutjaria!</p> <p>Com us podeu imaginar en Jordi no està sol, molta gent s'identifica com a <i>queer</i>. A Catalunya no n'hem sentit a parlar gaire perquè estan dins col·lectiu LGTBIQ (ara ja sabeu que vol dir la Q!) però a altres països d'Europa o a EEUU és un terme molt comú... I sabeu que vol dir?: "Estrany" o "poc comú".</p>
Arxius multimèdia adjunts	Imatge d'en Jordi Miras

Taula 8. Mini notícia 1. Font: Elaboració pròpia.

NOTÍCIA D'ELABORACIÓ PRÒPIA	
Format	Text + Gràfic interactiu
Titular	Aturem la lgtbifòbia!
Cos de la notícia	<p>Hi ha lleis i associacions que protegeixen al col·lectiu LGTBI en casos d'homofòbia... però molt poca gent les coneix. T'atreveixes a descobrir-les?</p> <p>Amb aquest gràfic podràs navegar per diferents pantalles, només has de clicar les diferents icones de la part de dalt!</p>
Arxius multimèdia adjunts	<p>Gràfic interactiu d'elaboració pròpia: https://view.genial.ly/5ce46ac154bdc10f6b19cbea/guide-aturem-la-lgtbifobia </p>

Taula 9. Mini notícia 2. Font: Elaboració pròpia.

NOTÍCIA D'ELABORACIÓ PRÒPIA	
Format	Imatge, vídeo i text
Titular	Coneixes el Centre LGTBI?
Cos de la notícia	<p>Us sona el mercat de Sant Antoni de Barcelona? Potser alguns o algunes heu anat a intercanviar-hi cromos algun cop! Doncs ben aprop d'allà es troba el Centre LGTBI de Barcelona.</p> <p>Aquest centre es va obrir el gener passat, és a dir, fa només mig any! Alguna gent del col·lectiu LGTBI diu que el podrien haver obert abans perquè és molt important que les persones del col·lectiu sàpiguen on anar si necessiten alguna cosa.</p> <p>Al Centre LGTBI de Barcelona hi fan de tot relacionat amb el col·lectiu: exposicions, xerrades, fins i tot acullen a gent que té algun problema i els ajuden a solucionar-lo! És molt necessari perquè com hi ha tants estereotips a la societat, a vegades la gent necessita ajuda per "sortir de l'armari" o també els serveix si han de posar alguna denuncia.</p>
Arxius multimèdia adjunts	<p>Imatge d'exposicions actuals i vídeo de presentació del centre: https://www.youtube.com/watch?v=838gnCq_sOY </p>

Taula 10. Mini notícia 3. Font: Elaboració pròpia.

NOTÍCIA DE L'INFOK	
Format	Text i Vídeo
Titular	Què és la transsexualitat?
Cos de la notícia	<p>"La majoria de vegades, els nens tenen penis, sí. I les nenes, vulva. Això, segur que ho heu estudiat mil cops a classe de Medi. Però no sempre és així. De tant en tant, un nen -que se sent nen i no nena- neix amb vulva. I a l'inrevés. Una nena -que se sent nena, i no nen- neix amb penis. Per tot plegat, aquests nens i nenes ho passen una mica malament perquè no se</p>



	senten a gust amb els genitals amb què han nascut. Són les persones transsexuals.” Ho entendreu millor amb aquest vídeo de L'InfoK!
Arxius multimèdia adjunts	Vídeo https://www.ccma.cat/tv3/super3/infok/que-es-la-transexualitat/video/5653622/

Taula 11. Mini notícia 3. Font: Elaboració pròpia.

NOTÍCIA DE CRYSTALLIS.ORG	
Format	Text i Vídeo
Titular	Amb aquest vídeo vosaltres trieu el final
Cos de la notícia	Si ja heu vist el vídeo de l'InfoK sobre transsexualitat, en aquest altre vosaltres decidireu com continua la història. L'ha fet Crhysallis, una associació de famílies de nens i nenes transsexuals. Ja veureu, us farà descobrir coses noves!
Arxius multimèdia adjunts	Vídeo https://chrysallis.org.es/transhappy/

Taula 12. Mini notícia 4. Font: Elaboració pròpia.

12.2.2 3 Pàgina Juga!

Explicació inicial de la temàtica i dels jocs

- Format vídeo - àudio i text en pantalla resumit

Els infants no podran començar a jugar sense una introducció a la temàtica, la farà en Pyus i explicarà nocions bàsiques mitjançant la seva veu i acompanyat d'un vídeo explicatiu curt.

En acabar l'explicació apareixerà un botó amb el nom de Juga!. Quan l'infant en faci clic, començarà el joc.

Un cop definida la temàtica, tots els jocs aniran amb una explicació introductòria d'en Pyus o de vídeos informatius per tal d'incloure el contingut de les notícies i que pugui ser aplicat al joc.



Jocs

Per tal d'abordar la temàtica s'ha decidit elaborar quatre jocs que abordin aquells àmbits que s'han considerat més importants, definits a l'apartat [12.3 Tria i distribució dels continguts](#). Es poden consultar els resultats dels jocs i la definició visual a l'annex x, així com consultar la implementació visual a l'apartat [15. Prototips](#).

[I. Mots encreuats](#)

Amb el mini-joc es pretén que els infants interioritzin els conceptes bàsics en relació al gènere i orientacions sexuals perquè en tinguin consciència. Els conceptes serviran per desconstruir el sistema binari del sexe-gènere, així com per visibilitzar diferents formes d'orientació sexuals. A partir de definicions concretes adaptades a la seva edat, aquest contingut els servirà tant personalment com a l'hora de relacionar-se.

Aquest mini-joc va acompanyat anteriorment de la presentació de la temàtica d'en Pyus i es complementa amb un vídeo introductori didàctic. Es pot consultar a [12.1 Guió tècnic](#).

Contingut:

- La forma en què ens sentim les persones és el nostre... [Gènere](#)
- Quan una persona neix amb penis i vulva alhora és una persona... [Intersexual](#)
- Si el meu sexe és home i el meu gènere és dona sóc una persona... [Transsexual](#)
- El penis i la vulva defineixen el nostre... [Sexe](#)
- Si a un noi li agrada un altre noi és [Homosexual](#)

Es pot consultar el mini-joc a:

https://es.educaplay.com/recursos-educativos/4568946-mots_encreuats.html

II. Laberint

Aquest joc els permetrà ser conscients de referents per tal que tinguin persones amb qui identificar-se. Es farà en format laberint, en què els usuaris hauran d'agafar objectes característics de cada personatge per tal d'arribar a la meta i conèixer el nom del personatge. Un cop obtingut cada personatge s'acompanyarà d'una petita descripció sobre el que ha fet i perquè és famós.

A causa a la falta de referents locals, en aquest joc s'ha hagut d'ampliar el marc geogràfic i utilitzar referents d'arreu del món.

Contingut:

1. Personatge: Alba Reche

Objectes: micròfon, televisió, logo OT

Definició: Aquesta concursant d'Operación Triunfo va quedar segona en el reality i té molts fans per tota Espanya. I saps què? Es va definir públicament com a bisexual i va reclamar a la televisió pública drets justos pel col·lectiu!

2. Personatge: Andy Brennan

Objectes: pilota de futbol, samarreta de futbol, bandera d'Austràlia

Definició: l'Andy Brennan és un futbolista australià. És el primer a fer públic que és homosexual. A Catalunya encara cap futbolista ha dit en públic que ho sigui!

3. Personatge: Jim Parsons

Objectes: microscopi, logo Big Bang Theory, claqueta de cinema

Definició: Us sona? És l'actor del personatge Sheldon Cooper, de la sèrie Big Bang Theory. Mai ha tingut cap por de dir que sortia amb nois.

4. Personatge: María Pilar León

Objectes: samarreta del Barça, botes de futbol, porteria



Definició: Possiblement no us sona la María perquè com diu aquesta jugadora de futbol del Barça ella pateix doble discriminació, per ser dona i lesbiana!

5. Personatge: Verònica Sánchez

Objectes: llibre *Famílias*, logo Instagram, mòbil

Definició: Aquesta instagrammer és súper famosa, es diu Ohmamibblue. Penja fotografies a Instagram sobre com és fer vida amb la seva parella, una noia. Tenen un fill i han escrit un llibre que es diu *Famílies* on expliquen que les famílies no han de ser sempre amb un pare o una mare... N'hi ha de molts tipus!

Com es comenta a [14.4 Limitacions de programació](#), aquest joc no s'ha pogut posar a la pràctica.

III. Notícia certa o notícia falsa

Es pretén tractar els casos de Lgtbifòbia. Amb els titulars de notícies els nens i nenes prendran consciència de la discriminació, descobrint si són notícies certes o falses en qualsevol dels àmbits.

El factor sorpresa d'aquest joc els permetrà reflexionar de les actituds que estan bé i les que estan malament a partir dels casos que puguin haver passat o que per contra, siguin falsos. Un cop escollida la resposta es faran apunts per ampliar el contingut i convidar a la reflexió. Alguns titulars reals han estat modificats per adaptar-los a un llenguatge clar i entenedor.

Contingut:

- [Notícia 1](#): Dues dones, agredides a Arbeca per fer-se petons a la porta d'un bar [certa].



Anotació: Sis persones van agredir al 2017 dues noies per fer-se un petó en públic.

- **Notícia 2:** Empresonen una parella de lesbianes per casar-se d'amagat [falsa]

Anotació: A Catalunya el matrimoni homosexual és legal des del 2004. Tot i així encara hi ha llocs del món on no està permès.

- **Notícia 3:** Ataquen el centre LGTBI de Barcelona [certa]

Anotació: Pocs dies de la inauguració del centre al gener de 2019, van pintar la façana amb frases com “esteu morts”.

- **Notícia 4:** Esquerra Republicana expulsa del partit a un dels seus polítics per homofòbia [certa]

Anotació: Siscus Carbonell, expolític d'ERC va dir que li feia pena qualsevol persona que nasqués gai, perquè volia dir que era una “dona atrapada en un cos d'home”.

- **Notícia 5:** Un universitari és expulsat de la Universitat Autònoma per dir que era bisexual [falsa]

Anotació: No es pot fer fora a ningú de les universitats públiques catalanes per la seva orientació sexual

- **Notícia 6:** Prohibeixen presentar-se a les eleccions a un candidat per ser homosexual [falsa]

Anotació: A Catalunya totes les persones tenen dret a entrar en política sigui quina sigui la seva orientació sexual.

- **Notícia 7:** Denuncien una doble agressió física a una parella de gais a la platja de la Mar Bella de Barcelona [certa]

Anotació: Al juny de 2017 un grup de nois els va insultar, amenaçar i pegar per anar agafats de la mà



- **Notícia 8:** El capellà de l'Hospitalet: "L'homosexualitat és un pecat que va contra la naturalesa humana" [certa]

Anotació: El capellà d'Hospitalet va ser molt polèmic per les declaracions tan directes que va fer. L'església molts cops ha dit que l'única parella "natural" era la heterosexual... perquè és la única que ens permet reproduir-nos!

Es pot consultar el mini-joc a:

<https://view.genial.ly/5cf11de83590380f51706853/learning-experience-challenges-noticia-certa-o-noticia-falsa>

IV. Trivial final

El Trivial tractarà de preguntes sobre conceptes del col·lectiu, configurades dins les temàtiques del trivial tradicional. Amb aquest mini-joc es pretén que l'infant reflexioni, en l'àmbit global, així com el faciliti recordar coses apreses en els mini-jocs anteriors.

Amb aquest mini-joc finalitza la seva etapa de contacte amb la temàtica permetent-lo conèixer continguts nous o reincorporar altres esmenats anteriorment perquè puguin prendre consciència general.

Geografia. A quin d'aquests països el matrimoni homosexual és il·legal?

- a) Espanya b) Alemanya c) *Croàcia*

Art i literatura. Com es diu el nou llibre de Oh.mamiblué?

- a) Novies b) Amigues c) *Famílies*

Història. Quin dia és l'Orgull LGTBI?

- a) 12 de juny b) *28 de juny* c) 2 de juliol

Ciències naturals. L'òrgan sexual que tenim defineix el/la nostre/a...



- a) Sexe b) gènere c) orientació sexual

Cine i música. Com es diu l'actor homosexual que fa de Sheldon Cooper a la sèrie Big Bang Theory?

- a) Joe Jonas b) Rob Stin c) Jim Parsons

Esports: Com es diu el primer grup d'homosexuals federat a la Federació de Natació de Catalunya?

- a) Panteres grogues b) Lleons blaus c) Taurons d'aigua

Es pot consultar el mini-joc a:

<https://view.genial.ly/5cf12ae49832980f4b58fc11/game-trivial-final>

12.2.2.4 Pàgina Pyulitzat

A la pàgina Pyulitzat es mostraran per ordre cronològic els diferents continguts penjats i compartits per part dels usuaris (tant rècords, com fotografies o vídeos).

A més, cada setmana es plantejarà una pregunta relacionada amb notícies d'actualitat per convidar a l'usuari a interactuar amb l'aplicació i crear una xarxa de proximitat integrada. D'aquesta forma es podrà fomentar que els nens i nenes estiguin al dia d'allò que passa al seu voltant.

També apareixerà un element d'interacció per tal de publicar. El contingut es pot apreciar a [13.4 Elements d'interacció](#).

12.2.3 Textos pàgina Juga!

12.2.3.1 Presentació temàtica i mini-joc "mots encreuats" (àudio transcrit):

Hola de nou, abans de fer els mini-jocs et vull explicar com vaig fer aquesta fotografia d'aquí.



Aquesta fotografia la vaig fer l'any passat, exactament el dia 28 de juny a Barcelona. Hi havia molta gent al carrer, més de 60 mil persones. Vaig apropar-me a preguntar que hi feien i es tractava de persones que estimaven i se sentien diferent del que estem acostumats... Em van dir que era el dia de l'Orgull LGTBI... Saps què és? Et recomano mirar aquest vídeo per entendre-ho millor, a mi em va anar genial!

12.2.3.2 Presentació temàtica i mini-joc “mots encreuats” (àudio transcrit):

Hola! Segur que algun cop heu sentit a parlar del sexe, el gènere o les orientacions sexuals... però en sabríeu dir les diferències? Estigueu molt atents, us ho expliquem!

Comencem pel sexe. El sexe biològic es defineix majoritàriament pels nostres òrgans sexuals. És a dir, si tens penis o amb vulva. Si neixes amb penis, el teu sexe serà “home”, en canvi si neixes amb vulva, el teu sexe serà “dona”... Però ep no només hi ha dues opcions eh! Hi ha gent que pot néixer amb penis i vulva alhora, són les persones intersexuals.

Fàcil oi? Anem una mica més enllà...

El gènere. El gènere depèn de com ens sentim, ens podem sentir homes, dones, les dues coses alhora o cap d'elles! El gènere depèn de cada persona i de com se sent per tant no té res a veure amb els òrgans sexuals. Però atents, perquè molts cops el nostre sexe, és a dir, el penis o la vulva no és el mateix que el nostre gènere!!!

Fiquem un exemple: una persona que ha nascut penis i que per tant és un home es pot sentir dona i una persona que ha nascut amb vulva i que per tant és una dona es pot sentir home. A aquestes persones les coneixem com a transsexuals. N'havíeu sentit a parlar?

I abans d'acabar només queda saber que són les orientacions sexuals. L'orientació sexual té a veure amb qui t'agrada o per qui et sents atret.



Si a un noi li agrada una noia, o viceversa, a una noia li agrada un noi és una persona heterosexual.

En canvi, si a un noi li agrada un noi o a una noia li agrada una noia, és una persona homosexual. És el que coneixem com a gais o lesbianes.

També hi ha qui li agraden tant els nois com les noies, aquestes persones són bisexuals.

O fins i tot a qui no li agrada ningú, els asexuals.

De fet, hi ha tantes orientacions sexuals com us pugueu imaginar perquè al cap i a la fi a tothom li agraden coses diferents!

Què... difícil? No patiu, al final tot és tan fàcil com poder ser lliure de sentir-se i estimar de la manera que se senti més a gust!

12.2.3.3 Text en pantalla final mini-joc “mots encreuats”

Molt bé! Ja tens la primera ploma!

12.2.3.4 Presentació mini-joc “labyrinth” (àudio transcrit):

Felicitats per aquesta primera ploma... Però ep, no tot és tan fàcil, es veu que hi ha persones a qui no els agrada dir que formen part del col·lectiu LGTBI. Això passa perquè no se senten representades per les persones que el lideren.

Diuen que està molt bé tenir aquest orgull però que el que realment fa falta són lleis i drets que serveixin d'ajuda pels més vulnerables. No és el mateix un gai ric que un gai pobre, oi?

12.2.3.5 Text en pantalla previ mini-joc “labyrinth”

Ajuda'm a descobrir persones famoses del col·lectiu LGTBI, i recorda, agafa tots els objectes!



12.2.3.6 Text en pantalla final mini-joc “laberint”

Felicitats! Ja tens la segona ploma

12.2.3.7 Presentació mini-joc “Notícia certa o notícia falsa” (àudio transcrit):

Com ja deus saber hi ha gent a qui no li sembla bé això que altres persones estimin obertament o es sentin diferents. I d'aquest sentiment d'odi se'n diu homofòbia.

Aquest any les denúncies per homofòbia han crescut! Uns nois i noies que treballen a l'Observatori Contra l'Homofòbia han detectat que al 2019 portem el doble de denúncies que l'any passat.

12.2.3.8 Text en pantalla previ mini-joc “notícia certa o notícia falsa”

Amb aquest joc hauràs de descobrir quines notícies són reals i quines falses! Endavant!

12.2.3.9 Text en pantalla final mini-joc “notícia certa o notícia falsa”

Genial! A per l'última ploma!

12.2.3.10 Presentació mini-joc “Trivial” (àudio transcrit):

Ara que ja ets tot comences a ser un expert en el tema, només has de recordar que tothom hauria de ser lliure d'estimar a qui vulgui i sobretot, de sentir-se com vulgui. Al cap i a la fi, tots sentim coses ben diferents!

Si ningú ens digues com ens hem de sentir o etiquetar seríem més lliures, no creus?

12.2.3.11 Text en pantalla previ mini-joc “Trivial”

Preparat per el joc final? Et posaré a prova!

12.2.3.12 Text en pantalla final mini-joc “Trivial”

Genial! Missió superada, ja ets tot un expert en el tema! Recorda que pots anar a NotiPyus per descobrir més coses o penjar una foto o comentari a Pyulitzat. Afanyat, ja saps que les notícies volen!



12.2.4 Textos Altres continguts

12.2.4.1 Presentació Pyus (àudio transcrit):

Hola! Com estàs?

Ai que mal educat sóc... tant temps sense parlar amb ningú que se m'ha oblidat presentar-me. Em dic Pyus i vaig néixer molt, molt lluny d'aquí. Quan només tenia dos dies de vida, vaig emprendre el vol i durant tots aquests anys he viatjat per molts llocs!

Ei, però no ho faig sol, la meva càmera m'acompanya a tot arreu. M'encanta descobrir coses noves, sóc una espècie de periodista. Però tinc un problema, em costa molt entendre-us i necessito algú que m'ajudi.

Ja ho tinc, podries ser tu! T'agrada jugar? La meva càmera imprimeix fotografies digitals que estan xifrades amb mini-jocs, si els esbrines tots m'ajudaràs a entendre moltes coses. T'apuntes?

13. IMATGE DEL PROJECTE

Pyus és un projecte nou i conseqüentment té unes necessitats bàsiques de marca, que l'englobin dins d'uns patrons de disseny concrets per tal d'una millor identificació i homogeneïtat comunicativa.

Per elaborar la imatge del projecte, s'han hagut de definir uns quants punts que configurin una identitat corporativa concreta. A partir del tractament de diferents conceptes com el logotip, la tipografia, el cromatisme i els elements d'interacció, es definirà un disseny coherent aplicable tant a l'aplicació com a futurs productes i ampliacions del projecte.



13.1 Logotip

El logotip del projecte Pyus és pròpiament el protagonista i conductor del joc. D'aquesta forma els infants podran identificar el joc amb el personatge principal.

El protagonista es presenta acompanyat de la seva càmera digital a partir de la qual els infants obtenen la informació i les notícies. El logotip anirà acompanyat del nom de l'aplicació i de l'eslògan del projecte emmarcat amb el nom de l'aplicació.



Figura 16. Logotip Pyus. Font: Elaboració pròpia.

El logotip és la imatge de la marca i per tant, ha de ser fàcil poder relacionar-lo amb el concepte que es vol transmetre. Es farà servir com a identificador del projecte, així com s'inclourà en l'aplicació i en les diferents variants que pugui ser útil (estratègies de màrqueting, comunicacions electròniques amb l'usuari, documents afegits, etc.)

La tipografia utilitzada al logotip pel títol **SPLATCH**, en majúscules. Pels subtítols **Gill Sans Bold**.

Els cromatismes del logotip es basarà en blaus i taronges, complementat amb tons de blancs, marrons i liles. Per tal d'englobar el logotip i unificar-lo s'ha fet servir una circumferència groga que aporta un contrast infantil, d'alegria i vitalitat a la marca del projecte.

A l'apartat 13.3 Cromatisme es definirà el perquè d'aquests colors, així com s'evidenciarà la concordança dels colors del logotip amb els de l'aplicació. A Annex 9: Creació del logotip s'evidencia l'evolució del logotip i la seva creació.

13.2 Tipografia

La tipografia utilitzada per l'aplicació Pyus és *Gill Sans*, una tipografia efectiva per la llegibilitat dels nens i nenes.

Es tracta d'una tipografia de pal sec elaborada per Eric Gill, que va ser publicada entre els anys 1928 i 1930. Aquesta tipografia s'ha utilitzat en molts casos per ser atractiva i subtil en les seves formes, així com molt clara i versàtil.



Figura 17. Tipografia Pyus, Gill Sans.
Font: Dafont.com

Segons Raymarie Cevedo a un dels seus estudis a *Érase una vez...Manual tipográfico para cuentos de niños* (2013) aquesta tipografia és una de les més llegibles pels nens i nenes.

Destacar que per una bona absorció dels continguts i del joc és necessari que hi hagi contrast entre les paraules més importants així com una tipografia de font de més de 10 punts i marges i interlineats amplis.

Per això s'ha escollit *Gill Sans*, que aporta moltes variants - negreta, normal, light, regular, mitjana, etc.- i pot servir per jerarquitzar i distingir nivells d'informació: cos, títols, subtítols, anotacions, etc.



13.3 Cromatisme

Els colors utilitzats per a l'aplicació Pyus pretenen representar el concepte de viatjar, descobrir món i el teu entorn per tal d'elaborar les millors notícies. És per això que s'han escollit les gammes que es complementin i que aportin significat concret:

- Blaus: utilitzats en el logotip i l'aplicació, simbolitzen el cel per on vola en Pyus. En la psicologia de colors el blau fa referència a la serenor, la intel·ligència i està molt associat a la innovació tecnològica.
- El verd i el marró: en relació a la natura i l'hàbitat d'en Pyus. Serveix de contrast amb el blau de fons i ressalta elements afegits.
- Grocs: En la psicologia dels colors s'expressa com a sinònim de la felicitat, la diversió, l'alegria o la innovació. És un color viu que té bona concordança amb el blau.

En referència al logotip definit, fa servir els mateixos colors, el blau com a predominant en les plomes d'en Pyus, que es combina amb altres tonalitats de taronges i liles que donen uniformitat i concordança cromàtica.

Els colors de les diferents tonalitats de l'ocell, la imatge del logotip, serviran també pel cromatisme de les plomes, que s'aconseguiran en acabar un joc, com s'ha esmenat anteriorment a [12 Continguts](#).



Figura 18. Cromatisme. Font: Elaboració pròpia.

13.4 Elements d'interacció

13.4.1 Menú de navegació horitzontal

Tal i com s'ha definit a [12.1 Organització de continguts](#), el menú de navegació està fixat i es troba a la part inferior de l'aplicació. Permet a l'usuari desplaçar-se per les diferents pàgines així com interpretar els continguts.

Consta de tres botons en què es representen icones corresponents al contingut de cada pàgina. És important definir unes icones claus per tal que els usuaris interpretin allò amb què es trobaran.



Figura 19. Menú horitzontal. Font: Elaboració pròpia.

13.4.2 Pàgina NotiPyus

La icona a representar serà una pàgina de diari amb un interrogant al damunt.



Figura 20. Botó NotiPyus. Font: Elaboració pròpia.

13.4.3 Pàgina Juga!

La icona serà un comandament molt associat als jocs interactius i *online*, d'aquesta forma els nens i nenes el vincularan directament amb els jocs.



Figura 21. Botó Juga!. Font: Elaboració pròpia.

13.4.4 Pàgina Pyulitzat

La icona representarà un símbol d'àtoms entrelligats. D'aquesta forma es representa el concepte de comunitat que aportarà la xarxa social.



Figura 22. Botó Pyulitzat. Font: Elaboració pròpia.

13.4.5 Registre d'usuari

Aquest apartat permet que l'aplicació conegui el nom del jugador així com definir-ne un avatar concret.



Figura 23. Registre d'usuari. Font: Elaboració pròpia.

13.4.6 Coneix en Pyus!

Aquest botó permet passar de la introducció de l'aplicació a la presentació d'en Pyus. Es troba a la introducció del joc.



Figura 24. Botó Coneix en Pyus. Font: Elaboració pròpia.

13.4.7 Temàtiques (a la pàgina Juga!)

La icona de la temàtica, en format fotografia instantània acompanyat del títol de la temàtica permet entrar als mini-jocs.



Figura 25. Botó Temàtica 1. Font: Elaboració pròpia.

13.4.8 Botó Juga!

Permet entrar en el joc. Es troba tant a la presentació de la temàtica com abans de cada mini-joc. També es troba a la Presentació d'en Pyus per passar a la pàgina Juga!



Figura 26. Botó Juga! Font: Elaboració pròpia.

14.4.9 Passa al següent joc

Permet a l'usuari passar de joc quan l'usuari aconsegueix la ploma corresponent al mini-joc acabat de fer.



Figura 27. Botó Passa al següent joc. Font: Elaboració pròpia.

13.4.10 Finalitza o Sortir del joc

Permet abandonar el joc a mitges. Amb una bona programació el joc ha de tenir memòria i recordar per on s'ha quedat l'usuari.



Figura 28. Botó Finalitza el joc. Font: Elaboració pròpia.

13.4.11 Logotip – Contacta!

Apareix a la part superior dreta de l'aplicació, es tracta del logotip amb la paraula *Contacta'ns* incorporada. Al clicar a sobre, et redirigeix a una pàgina de contacte amb el projecte. Està dedicat bàsicament a tutors, monitors, professors, etc. que vulguin obtenir més informació sobre que fem, així com un contacte directe via correu electrònic.



Figura 29. Botó Contacta!. Font: Elaboració pròpia.

13.4.12 Informació ampliada

La icona d'informació ampliada permet obrir una pestanya per donar continguts addicionals sobre una paraula o fotografia concreta. Serveix com a hipertext i pot explicar el significat d'un mot, l'any de la fotografia o altres informacions rellevants.



Figura 30. Botó Informació ampliada. Font: Elaboració pròpia.

13.4.13 Publicació Pyulitzat

Caixa de contingut on l'usuari podrà introduir text, fotografies, rècords o resoldre els enigmes. Comptarà amb el botó *Publicar* que servirà per pujar els continguts.



Figura 31. Interacció pàgina Pyulitzat. Font: Elaboració pròpia.

14. PLATAFORMA DE DESENVOLUPAMENT

Per l'elaboració de l'aplicació Pyus s'ha recorregut a l'ajuda d'especialistes que han ajudat a configurar un prototip bàsic d'aplicació a partir d'una eina de creació d'aplicacions gratuïtes.

Cal definir les plataformes de desenvolupament dels diferents continguts per tal de poder configurar un projecte complet que doni solucions configurant tant al disseny, com el programari, com una bona adequació dels continguts.

14.1 Plataforma de creació de l'aplicació

La plataforma utilitzada ha estat *Ionic Framework*. Es tracta d'una plataforma que fa servir l'entorn de programació de *Node.js* i *Apache Cordova*, que permet utilitzar les tecnologies estàndards web com html5, css3 i JavaScript. Un dels aspectes més importants per la seva tria és que facilita la producció un desenvolupament multi-

plataforma, evitant el llenguatge nadiu i específic que s'ha d'utilitzar pel desenvolupament per a plataformes mòbils.

Ionic Framework permet desenvolupar aplicacions híbrides, tant per IOS com per Android de forma gratuïta i s'autoajusta depenent del suport que es faci servir (mòbil o tauleta). Es tracta d'una plataforma web que facilita la creació d'aplicacions a partir de diferents plantilles que es poden organitzar, editar i visionar a partir d'una web. És molt versàtil i és una eina de programació per mòbil permet als programadors ser més eficients i ràpids.

Altres plataformes que s'han descartat del procés de selecció de la plataforma perquè no eren tan completes ni permetien els objectius concrets de contingut que requeria l'aplicació han estat *Game Maker*, *Game Salad*, *Contrusct 2* o *Stencyl*.

14.2 Plataformes per la creació de jocs i continguts interactius

Per la creació dels jocs s'han fet servir diferents pàgines de plantilles predissenyades que permetien la ràpida incorporació a l'aplicació mitjançant els codis <embed>. S'han prioritzat les plantilles que reunien les característiques més adients per tal que els continguts dels jocs fossin absorbits de la manera més eficaç.

Les plataformes fetes servir són les següents:

- *Scratch*. Plataforma que permet la creació de contingut programable amb llenguatge entenedor sense tenir en compte el codi. Permet exportar continguts html5.
- *I Movie*. És un programa d'edició de vídeo per a Mac. Els usuaris poden crear vídeos animats utilitzant caràcters i plantilles preconstruïdes.

- [Genial.ly](#). És un software en línia que facilita la creació de presentacions animades i interactives. Una eina que s'assembla a Prezi però amb més prestacions. Permet exportar continguts tant a PDF com a html5.
- [Educaplay](#). Eina que permet crear jocs programats prèviament, com per exemple sopes de lletres o mots encreuats.

14.3 Programari

Per la creació del disseny gràfic i els elements comuns de l'aplicació i del projecte s'han fet servir els programes d'[Adobe Creative Cloud](#):

- [Illustrator i Indesign](#) per la creació de contingut gràfic.
- [Photoshop](#) per retocar imatges.
- [Premiere](#) per l'edició de vídeo.

14.4 Limitacions de programació

Tot i que s'ha constatat amb l'ajuda externa per tal de configurar l'aplicació i poder visualitzar el resultat final d'aquest projecte, la producció s'ha vist molt quartada pel temps i per la limitació econòmica del projecte per contractar dissenyadors i programadors.

Així doncs, el resultat de l'aplicació físicament està limitat visualment i programàticament pel que fa a alguns continguts i aspectes definits anteriorment al projecte. Tot i això, no significa que el projecte no sigui factible, simplement s'ha hagut d'adaptar a les condicions de la plantilla de la plataforma i alguns continguts han estat plasmats de maneres diferents de les definides.

D'altra banda, l'aplicació no és descarregable, ja que era necessària la creació d'una firma pròpia que requeria aportació econòmica.



Limitacions de programació:

- La pàgina Pyulitzat no s'ha pogut realitzar per falta de nocions de programació concretes.
- El mini-joc "Laberint" no s'ha pogut realitzar per falta de nocions de programació concretes.
- El registre d'usuaris no s'ha pogut realitzar per falta de nocions de programació concretes.
- Al sortir del joc, l'aplicació no consta amb memòria per poder tornar des del lloc on t'has quedat i per tant, no s'ha configurat el botó Sortir del joc.
- Les plomes no queden arxivades tal i com es defineix al projecte i són de colors diversos.
- Les presentacions de cada joc, així com la presentació d'en Pyus es veuen limitades estilísticament per la falta de nocions d'animació.
- Els rècords no han quedat arxivats.
- Falta de la creació de la pàgina principal amb el contingut del botó Contacta i de la mateixa forma, l'aplicació al menú de navegació.
- Falta de creació de les informacions afegides, així com el seu botó interactiu.
- Alguns textos i continguts s'han vist limitats per l'espai i les restriccions de la plantilla de la plataforma.
- A l'aplicació, la pàgina Juga! Adopta el nom de Mini-jocs.

No obstant això, l'aplicació configurada serveix com a primer esbós i prototip del contingut final del projecte. Permet evidenciar com es realitza la distribució de continguts, així com les configuracions lineals i temporals dels mini-jocs.

Amb més recursos econòmics i nocions de programació els continguts seguirien una millor sintonia estètica així com unes millors condicions d'usabilitat, tal com s'ha definit en la present memòria.

15. PROTOTIP

15.1 Esbós

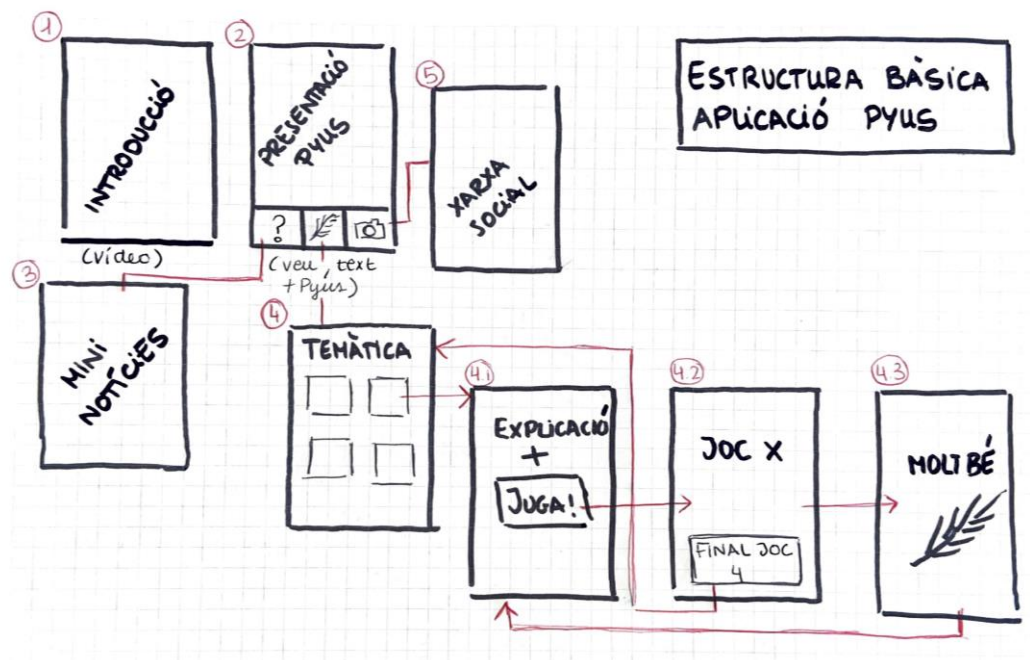


Figura 32. Esbòs aplicació Pyus. Font: Elaboració pròpia.

15.2 Lo-Fi: baixa resolució

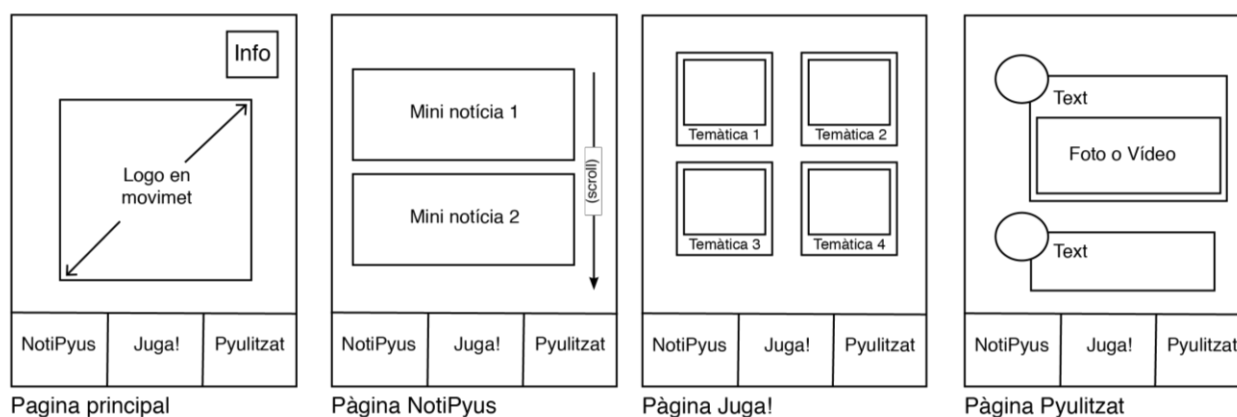


Figura 33. Lo-Fi, baixa resolució. Font: Elaboració pròpia.

15.3 Hi-Fi: alta resolució

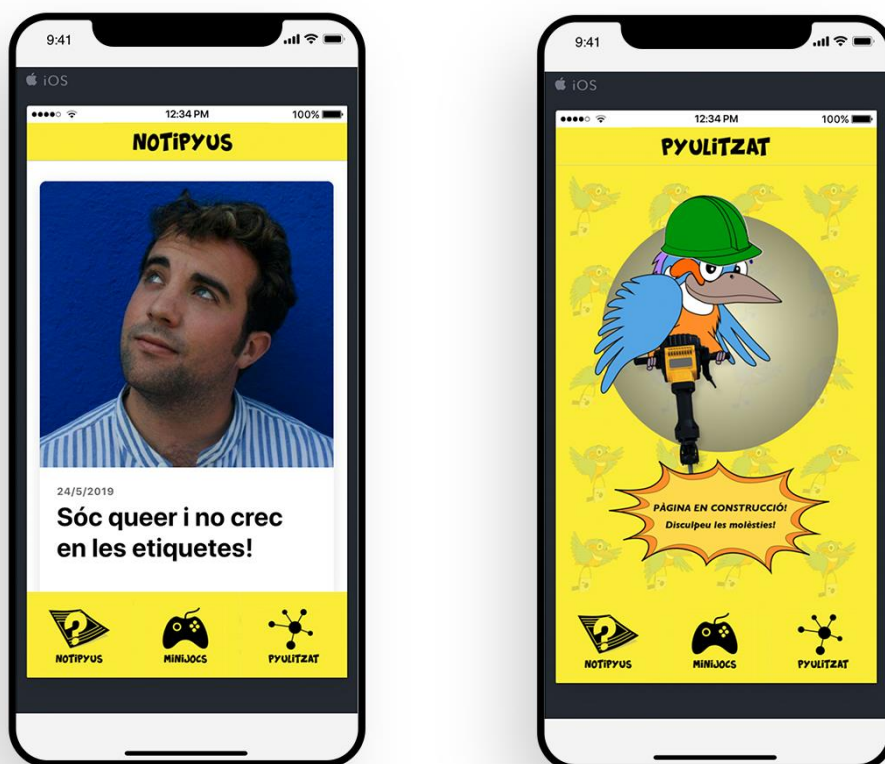


Figura 34. Hi-Fi pàgines NotiPyus i Pyulitzat. Font: Elaboració pròpia.

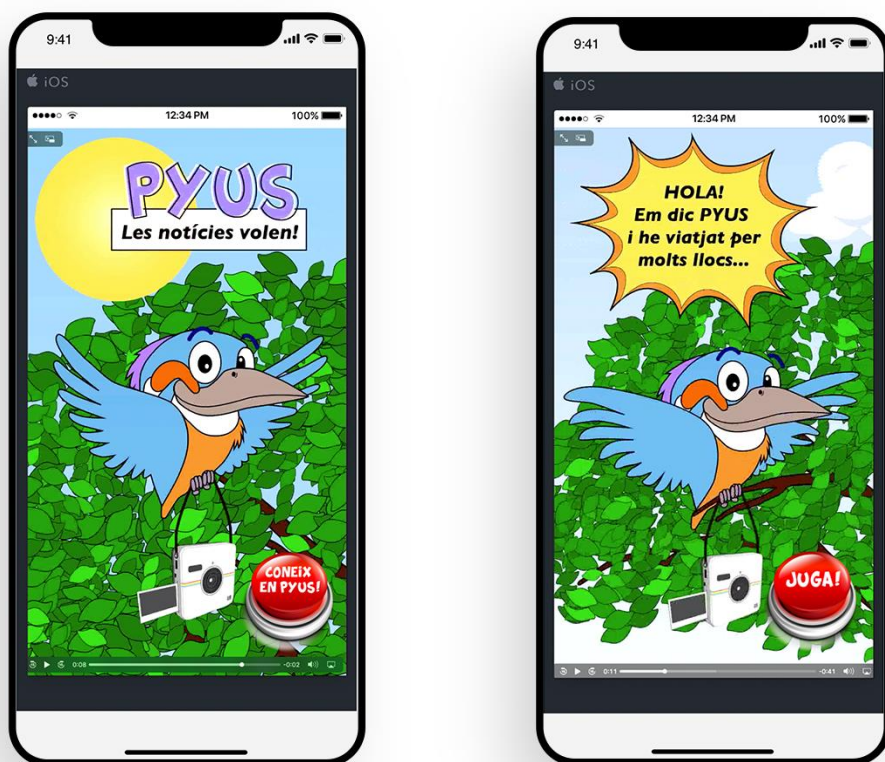


Figura 35. Hi-Fi pàgines Introducció i Presentació Pyus. Font: Elaboració pròpia.

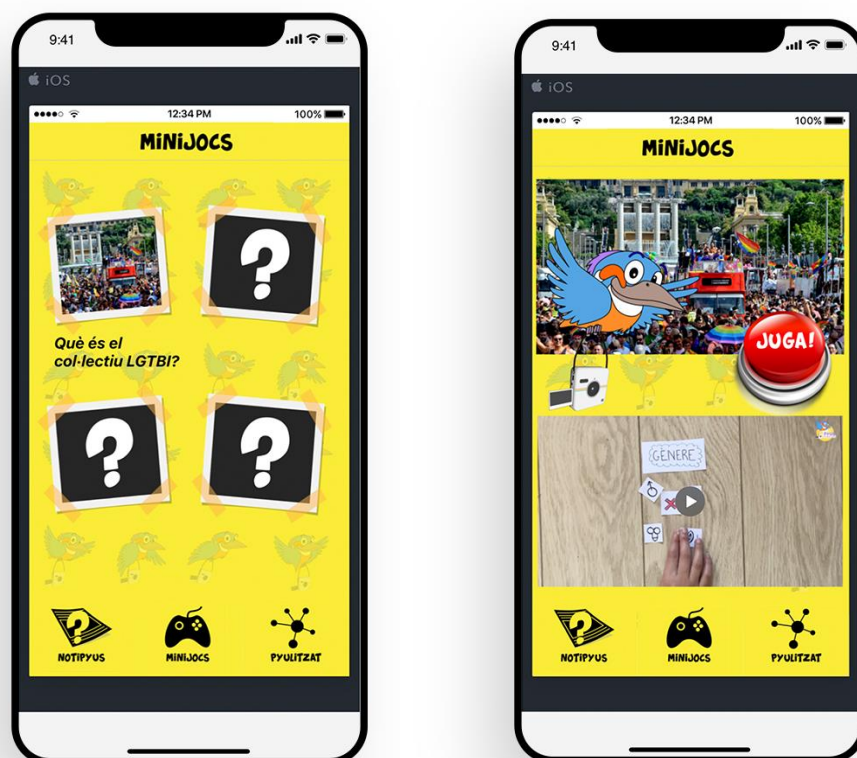


Figura 36. Hi-Fi pàgines Juga! i Presentació Temàtica. Font: Elaboració pròpia.



Figura 37. Hi-Fi Pluma aconseguida. Font: Elaboració pròpia.



Figura 38. Hi-Fi pàgines Mini-jocs. Font: Elaboració pròpia.

16. PRESSUPOST

Per tal d'elaborar el pressupost, s'han tingut en compte els següents requisits salarials, així com afegir la taxa de l'estudi al pressupost final.

Típus	€/hora	Observacions
A	60,00 €	Alt Càrrec, Tècnic d'alt nivell (Cap de projecte, Dircom)
B	45,00 €	Tarifa tècnics (Periodistes, dissenyadors, programadors, fotògrafs, publicistes)
C	75,00 €	Tarifa estudi

Taula 13. Quadre de salaris. Font: Elaboració pròpia.

D'acord a la planificació del projecte descrita a l'apartat 6. [Planificació](#), el pressupost per a la realització del projecte *Pyus*, tant l'aplicació i els altres continguts afegits a l'estratègia de vendes, és el següent:

NOM DE LA TASCA	Hores Cap (A)	Hores Dicom (A)	Hores periodistes (B)	Hores dissenyadors (B)	Hores programador (B)	Hores fotògraf (B)	Hores publicista (B)	TOTAL
Número de treballadors	1	1	2	2	1	1	1	
Anàlisi								
Recopilació d'informació inicial	5			5	5			750,00 €
Anàlisi d'usuaris i resultats	10							600,00 €
Anàlisi de mercat i de competència	10							600,00 €
Entrevistes, focus grup i resultats	2		8					480,00 €
Definició d'usuaris potencials	1	1						120,00 €
Total despeses anàlisi	28	1	8	5	5			2.550,00 €
Definició projecte								
Estratègia comunicativa	2	10						720,00 €
Accés, tria i definició de temàtica i continguts	4		20	10				1.590,00 €
Total despeses definició projecte	6	10	20	10				2.310,00 €
Disseny								
Conceptualització	2			10				570,00 €
Àrees i distribuïdores dels continguts	2			10				570,00 €
Definició de la imatge del projecte	2			20				1.500,00 €
Definició de la plataforma i adaptació de continguts	2				4			180,00 €
Altres continguts visuals				5				225,00 €
Total despeses disseny	8			45	4			3.045,00 €
Prototipatge								
Esborrany			6					270,00 €
D'altra resolució			12					540,00 €
Total despeses prototipatge								810,00 €
Producció								
Elaboració contingut i prototip de l'aplicació								
Adaptació de notícies				2				90,00 €
Creació imatges i vídeos						15		675,00 €
Integració d'elements interactius i multimèdia a l'aplicació					10			450,00 €
Creació pàgina Jugal					25			1.125,00 €
Creació pàgina NotiPyus					12			540,00 €
Creació pàgina Pyulizet					8			360,00 €
Elaboració altres productes o necessitats del projecte			4	2	6			720,00 €
Total despeses de producció			10	4	61	15		3.960,00 €
Avaluació								
Tasteg de l'aplicació	8							480,00 €
Tasteg d'altres productes o necessitats del projecte	4							240,00 €
Total despeses d'avaluació								720,00 €
Pla de màrqueting								
Determinar estratègia de vendes, promoció i preus	8	20					20	2.580,00 €
Cost campanya								2.000,00 €
Total despeses de màrqueting	15	25						4.580,00 €
Publicació de l'aplicació								
Cost allotjament de l'aplicació a Play Store								22,31 €
Cost allotjament de l'aplicació a Apple Store								88,34 €
Creació manual d'usuari	8		4					660,00 €
Total despeses de publicació	10		5					770,65 €
SUBTOTAL								18.745,65 €
							IVA 21%	3.747,69 €
							TOTAL	22.493,34 €

Taula 14. Pressupost. Font: Elaboració pròpia.



17. PROJECCIÓ DE FUTUR

17.1 Estratègia de màrqueting

L'estratègia de màrqueting serà primordial per posicionar el projecte Pyus al mercat. Com es tracta d'un projecte emergent sense cap campanya estratègica prèviament elaborada, es considera crear una campanya que doni a conèixer no únicament el projecte com a tal, sinó sobretot la seva utilitat i benefici.

Així doncs, consistirà en llençar un missatge concret afirmant i corroborant l'objectiu principal del projecte: "jugant els nens i nenes es poden informar". El missatge pretén mostrar el periodisme com un àmbit divertit i entretingut, i sobretot beneficis pel fet que anima als infants conèixer allò que passa al seu voltant.

Aquest missatge es difondrà d'evidenciar que Pyus es tracta d'un joc interactiu. El fet que sigui una eina tecnològica per jugar influirà a l'hora de l'interès que els usuaris potencials, és a dir, els infants.

No obstant això, el missatge no es dirigirà únicament als nens i nenes d'entre 8 i 12 anys sinó que també tindrà en compte la influència i arribada a educadors i institucions pels quals pugui ser útil implementar el projecte en diferents àmbits.

Les tècniques principals s'enfocaran a què els usuaris potencials puguin conèixer, utilitzar i accedir a l'aplicació fàcilment. S'utilitzaran les estratègies de *push* per influir a la utilització del producte. Es difondrà sobretot amb publicitat en canals de televisió per infants (com el canal Super3) o mitjançant els cartells publicitaris penjats a prop de les escoles, entitats educatives o biblioteques públiques.

Altrament, també es farà servir una estratègia de màrqueting digital a partir de les xarxes socials i de les cerques a internet. Amb ella es pretén que els usuaris facin clic i siguin reconduïts a la descàrrega de l'aplicació.



Pel que fa a les xarxes socials també es crearan els comptes principals de Pyus als canals de difusió d'Instagram, Twitter o Youtube per anar penjant contingut interessant per als usuaris i fer seguiment del projecte.

Un altre punt important a tenir en compte és donar visibilitat del projecte en espais amb nens i nenes, és per això que es potenciarà una campanya de promoció directa a les escoles, biblioteques, ludoteques, esplais, etc. en què el projecte sigui difós a partir del repartiment de mostres gratuïtes d'altres productes del projecte Pyus definits a [17.3 Productes promocionals](#).

A més a més, per contactar amb institucions o ens públics als quals els pugui beneficiar es farà servir canals com correu electrònic, telèfon o entrevistes personals on es potenciï l'explicació del projecte des d'un vessant personal.

Per tal que la campanya doni els seus resultats, independentment de les tècniques fetes servir, cal que el missatge sigui directe, acompanyat del logotip, l'eslògan i sobretot els valors que proporciona el projecte. D'aquesta forma, Pyus es posicionarà al mercat com a una nova eina de transmissió d'informació específica.

17.2 Productes promocionals i subscripcions

A raó de tractar-se d'una aplicació per nens i nenes i les dificultats d'accedir als infants pels mètodes principals com la ràdio o els bàners a diaris digitals, s'han elaborat un seguit de productes que permetrà la visibilitat del projecte de diferents formes, alguns gratuïts i altres de compra per finançar el producte.

17.2.1 Productes promocionals gratuïts

17.2.1.1 Adhesius Pyus

Amb els adhesius es pretén donar a conèixer la imatge. S'aprofita perquè els nens i nenes els puguin enganxar allà on més vulguin i els incentiva a familiaritzar-se amb l'avatar.



Figura 39. Adhesius Pyus. Font: Elaboració pròpia.

17.2.1.2 Bolígraf Pyus

El bolígraf s'associa amb la idea d'investigar i anotar tot allò que vas descobrint.

El bolígraf reproduirà el logotip del Pyus així com serà multicolor, per tal que els infants puguin disposar de tots els bolígrafs en un.



Figura 40. Bolígrafs Pyus. Font: Elaboració pròpia.

17.2.1.3 Calendari

El calendari serà un producte de distribució a escoles, entitats, espais, caus, associacions, etc. que vulguin treballar amb Pyus. Anirà acompanyat de temàtiques concretes a cada mes, depenent del clima de cada mes. Serà una font de contingut periodístic, així com de familiarització amb el personatge.



Figura 41. Calendari Pyus. Font: Elaboració pròpia.

17.2.2 Subscripcions

La subscripció servirà perquè Pyus tingui viabilitat econòmica i rebre ajuda per part d'aquelles persones interessades a col·laborar i subvencionar el projecte. Les subvencions estan pensades majoritàriament per escoles, entitats, associacions, organismes públics, etc. que vulguin treballar amb Pyus.

Les subscripcions proposades pel projecte són:

- **Quota Investigador:** 8€ mensuals / Accés a Fitxes temàtiques mensualment per treballar a l'aula i ampliar la temàtica. Seguint els mesos del calendari escolar, de setembre a juny.
- **Quota Reporter:** 12 € mensuals / Accés a les Fitxes temàtiques mensualment per treballar a l'aula i ampliar la temàtica + Joc de taula anual amb ampliació de les temàtiques.

- **Quota Periodista:** 30€ mensuals / Accés a les Fitxes temàtiques mensualment per treballar a l'aula i ampliar la temàtica + Joc de taula anual amb ampliació de les temàtiques + Kit de Periodista per cada alumne/infant de l'aula/grup.

17.2.2.1 Joc de taula

El joc de taula sorgeix de la idea d'aportar un afegit a l'aplicació i a les temàtiques tractades. Al ser un dels jocs preferits dels usuaris tal com s'ha vist a [Discussió de resultats, temàtiques i formats influents](#), servirà per ampliar contingut i es podrà utilitzar de forma independent a l'aplicació.

Concentrarà totes les temàtiques previstes per llençar a l'aplicació i es treballaran en format joc de taula, d'aquesta manera els nens i nenes podran aprendre i apropar-se al periodisme des d'un format físic.



Figura 42. Joc de taula Pyus. Font: Elaboració pròpia.

17.2.2.2 Fitxes de temàtica per treballar

Ampliacions de cada temàtica mensualment, enteses per treballar un cop fets els mini-jocs corresponents a cadascuna amb l'aplicació. Permetrà, a partir dels jocs, treballar en profunditat tant aspectes obtinguts en el joc, com altres continguts

afegits que es puguin relacionar amb els continguts treballats a l'aplicació.

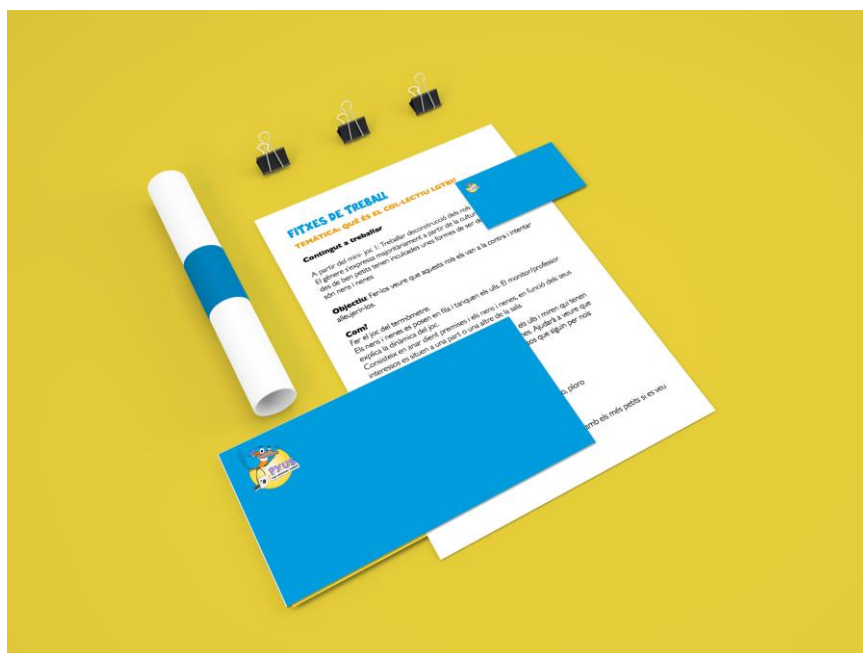


Figura 43. Fitxes de treball Pyus. Font: Elaboració pròpia.

Exemple del contingut de Fitxes de treball de la temàtica *Què és el col·lectiu LGTBI?*

A partir del Mini - joc 1: Treballar desconstrucció dels rols de gènere. El gènere s'expressa majoritàriament a partir de la cultura. Els nens i nenes des de ben petits tenen inculcades unes formes de ser depenent de si són nens o nenes.

Objectiu: Fer-los veure que aquests rols els van a la contra i intentar alleugerir-los.

Com? Fer el joc del termòmetre.

Els nens i nenes es posen en fila i tanquen els ulls. El monitor/professor explica la dinàmica del joc. Consisteix a anar dient premisses i els nens i nenes, en funció dels seus interessos es situen a una part o una altra de la sala.

La dreta és sí i l'esquerra és no.

Quan s'han situat a un costat o un altre obren els ulls i miren qui tenen al voltant, segurament seran tant nens com nenes. Ajudarà a veure que no són tan diferents i que no hi ha uns interessos que siguin per nois i altres per noies. A partir de les

premisses es pot originar debat amb els més petits si es veu que no s'assoleix l'objectiu indicat.

Premisses:

- M'agraden les matemàtiques
- Algun dia voldria anar a la lluna
- Quan li passa alguna cosa a algú que m'estimo, ploro
- M'agrada jugar a futbol
- De gran vull ser bomber o bombera

17.2.2.3 Kit Periodista

El Kit de reporter permet als infants posar-se en situació i convertir-se en autèntics reporters, es tracta d'un seguit d'estris que poden fer servir per elaborar les seves tasques escolars, activitats lúdiques, jocs o en el seu dia a dia.

El Kit Reporter conté: Bolígraf Pyus, Llibreta Pyus, Exemplar de mini-còmic amb una historieta exclusiva d'en Pyus



Figura 44. Kit Periodista Pyus. Font: Elaboració pròpia.



17.3 Preus

En un principi, l'aplicació Pyus està pensada per ser gratuïta. Una aplicació accessible per a tot usuari sense un cost afegit. Es creu que l'aprenentatge, així com el dret a la informació són essencials per una societat formada i democràtica i que per tant, posar-ne un preu limitaria i crearia desigualtats socials en els usuaris. Per tant, es parteix de la base de Pyus com a una eina gratuïta que no fomenti un així repartiment desigual dels continguts en funció de l'economia de cadascú.

Així i tot, Pyus és una eina que necessita un fons d'inversió per tal de configurar el projecte en la seva totalitat. Per tal de poder finançar el projecte, a part de les contribucions que en fessin els socis principals, s'han definit diferents aspectes a tenir en compte, així com la creació d'alguns projectes alternatius que permetin dotar el projecte de capital econòmic.

17.3.1 Crowfunding

La idea del Crowfunding sorgeix per tal de fer partícip a la ciutadania d'un projecte que pot aportar beneficis comuns en un futur. Apropar als nens i nenes al periodisme mitjançant al joc, no és només un aspecte innovador, sinó que es basa en un aprenentatge didàctic que els permetrà ser més crítics amb la societat.

Partint d'aquesta idea, es vol crear una xarxa de finançament voluntari en què la ciutadania pugui aportar els diners necessaris per al llançament inicial i suplir les bases principals del projecte. Amb aquesta campanya es pretén arribar a una recaptació de 5.000€.

Els diferents elements i productes creats com a extres a l'aplicació a [17.1 Estratègia de Vendes](#) serviran com a incentivant per fer l'aportació voluntària, depenent de la quantitat que el ciutadà disposi a posar.



17.3.2 Subvenció

S'ha considerat plantejar l'aplicació a una subvenció o ajuda econòmica que pugui facilitar a Pyus un finançament extern. En desenvolupar-se a Catalunya, s'ha recorregut a Acció- Agència per la competitivitat de l'empresa de la Generalitat de Catalunya. Aquesta agència està adscrita al Departament d'Empresa i Coneixement i fomenta la innovació, internacionalització Empresarial.

Des de Acció proporcionen l'ajut *Startup Capital*. Es tracta d'una ajuda directa que facilita ajuda econòmica per les empreses de creació recent.

Startup Capital

- Organisme: Acció - Agència per la competitivitat de l'empresa.
- Sector: Departament d'Empresa i Coneixement.
- Administració: Generalitat de Catalunya.
- Destinatari: Es concedeix a *startups* d'entre tres mesos i tres anys de vida. Han de tenir la tecnologia com a factor diferencial i necessitar d'un impuls per accedir a les primeres rondes de finançament. L'import subvencionable pot arribar al 75% del projecte i és de concurrència pública, sense necessitat d'aval.
- Ajuda econòmica: Ajut directe de fins a 75.000.
- Sol·licitud: Encara no està obert el tràmit ni indicades les dates per la sol·licitud del 2019-2020.

18. AVALUACIÓ

El testeig de l'aplicació es va elaborar el dia 23/05 al local de l'Esplai Xirusplai (C/Jaume Borràs 16, Badalona) a 10 infants d'entre 8 i 12 anys. L'avaluació va durar 1h i va permetre explorar als petits usuaris el contingut de tota l'aplicació, així com se'ls va fer unes preguntes per arribar a les conclusions concretes següents:

- Falta explicació prèvia per entendre el funcionament de l'aplicació. Es pot resoldre amb la creació d'un manual d'usuari interactiu per infants, ja pressupostat.
- Vídeo de context i deconstrucció del gènere conté massa informació que després no es plasma al Mini-joc - 1 Mots encreuats. Caldria un treball previ sobre el tema per tenir millors resultats. Molta atenció pel vídeo, ha agradat.
- Mini-joc 3 - Notícia Certa o Notícia falsa, ha fet que interactuessin entre ells i elles amb les seves opinions per arribar a conclusions. Fet positiu.
- Mini-joc 4 – Trivial Final, ha estat positiu, interès dels infants per les preguntes que no havien treballat
- Les plomes i la reacció al final d'un mini-joc ha estat satisfactòria, volien saber quants punts havien fet.
- Molt bona rebuda de la pàgina NotiPyus, en concret de la notícia amb el vídeo interactiu.
- Monotonía en l'explicació prèvia als mini-jocs, falta d'atenció. Limitat per la falta de programació.
- Molt bona rebuda de l'avatar Pyus en general, interessats en la seva presentació i en el seu coneixement.
- En general s'ha mostrat interès per l'aplicació i ganes d'investigar-la.

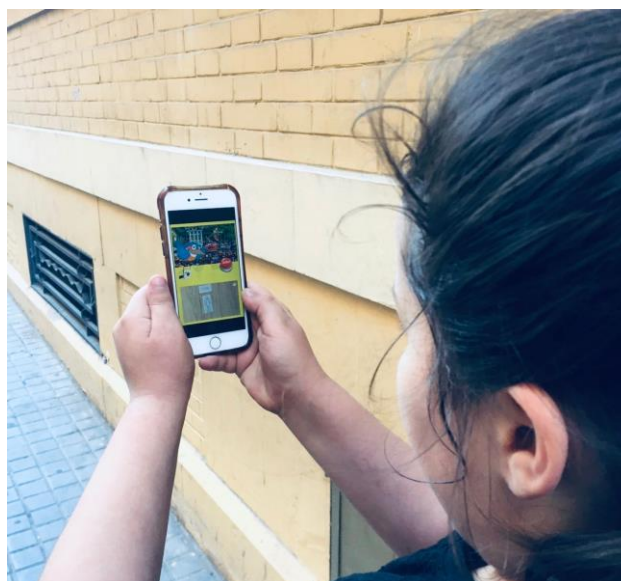


Figura 45. Avaluació Pyus. Font: Elaboració pròpia.



19. CONCLUSIONS

El projecte Pyus ha estat plantejat i definit tenint en compte les fases d'anàlisi, disseny, creació de continguts, producció i distribució. Tot i això, no s'han pogut completar totes les fases i algunes s'han vist limitades, com s'ha esmenat anteriorment en aquesta memòria, per l'economia i la falta de nocions programació.

En el marc del projecte, s'han realitzat les fases d'anàlisi, disseny i creació de continguts de manera satisfactòria. L'anàlisi i la configuració dels continguts han estat les etapes a les quals s'ha dedicat més temps, ja que calia ser conscient del traspàs d'informació al format joc, sense perdre l'essència dels continguts periodístics i la seva finalitat.

Certament, una de les qüestions més dificultoses ha estat fer aquest traspàs de continguts i fomentar la creativitat i la imaginació per donar cabuda a un projecte que necessitava, tant una distribució adequada dels continguts, com una bona adaptació pels usuaris que el consumiran: els infants.

Aquesta dificultat, però, no ha impedit una grata creació de continguts, és més, un cop definits i avaluats, s'ha constatat una bona recepció per part dels infants. A més, s'ha evidenciat una de les afirmacions que s'apuntava al principi del projecte: la funció del periodista no és únicament la de documentar-se, sinó saber transmetre els coneixements adquirits de la forma més atractiva possible, prenent consciència de l'entorn i de la funció social i educativa del periodisme.

Amb el projecte, també s'han configurat algunes característiques periodístiques que l'han desvinculat dels criteris d'actualitat, remodelant l'agenda d'informació dels mitjans tradicionals i donant cabuda a temes tan estrictament necessaris per a una correcta configuració social. La posada en valor de les temàtiques socials, permet que els infants en prenguin consciència i s'hi interessin.



Per altra banda, les etapes de producció i distribució s'han vist més limitades que les anteriorment descrites. En relació a la producció, ha estat obstaculitzada, majoritàriament, per les limitacions de l'ús de la tecnologia. Pel que fa a l'etapa de distribució s'ha pogut definir i planificar a [17. Projectió de futur](#), però no s'ha arribat a comercialitzar ni produir per la falta de suport econòmic.

Així doncs, un dels factors més condicionats per la inviabilitat de plasmar contingut, així com de distribuir-lo, ha estat la falta de suport econòmic per donar viabilitat a l'aplicació. És més, el projecte s'ha vist obstaculitzat tant per la falta de contractació de personal experimentat, com per la producció de l'estratègia de màrqueting. Tanmateix, al projecte ha configurat a [17.2 Preus](#), una algunes estratègies per donar viabilitat econòmica al projecte.

Cal destacar, que tot i els inconvenients, Pyus és un projecte multidisciplinari, que requereix innovació per part de tots els implicats. El periodista és un dels actors principals, però part de la feina també recau la feina en els dissenyadors, fotògrafs o programadors que faciliten el procés. En aquest cas concret, la configuració de la imatge i de la plataforma ha necessitat ajuda experta.

Personalment, ha estat molt satisfactori poder veure plasmada en una plataforma real l'aplicació, tot i que alguns continguts i definicions no han pogut evidenciar-se de la forma que es volia, veure com ha arribat als infants i la seva bona acceptació reconforta.

Crec que és necessari prendre consciència de la importància de projectes com Pyus, que configurin una altra forma de fer i de veure les coses. Al final, és interessant pensar que allò que està creat es pot remodelar per donar cabuda a projectes nous que fomentin l'esperit crític i la presa de consciència de la societat.

Pyus, per tant, ha fet que descobreixi una altra cara del periodisme amb la qual ja em sentia identificada. Ha fet que perdi de vista les rutines a les quals estava

acostumada i m'ha permès configurar un tractament de la informació útil i reconfortant com a futura professional de la informació.

20. BIBLIOGRAFIA I WEBGRAFIA

Notícies analitzades

El País

- Álvaro Navarro, M. (2019). Los perseguidos LGTBI. *El País*. Recuperado de https://elpais.com/elpais/2019/03/25/planeta_futuro/1553517984_827632.html
- Villena, M. (2019). "El Orgullo LGTBI de Madrid es mucho más que un evento turístico". *El País*. Recuperado de https://elpais.com/ccaa/2019/02/11/madrid/1549902414_594778.html

Diari Ara

- Efe, A. (2019). Barcelona tindrà un centre pioner de recursos per a la comunitat LGTBI. *Ara*. Recuperado de https://www.ara.cat/societat/Barcelona-tindra-recursos-comunitat-LGTBI_0_2163983775.html
- Efe, A. (2019). Barcelona tindrà un centre pioner de recursos per a la comunitat LGTBI. *Ara*. Recuperado de https://www.ara.cat/societat/Barcelona-tindra-recursos-comunitat-LGTBI_0_2163983775.html

La Vanguardia

- Blanco, L. (2019). El lento progreso de los derechos LGTBI en el continente africano. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/politica/20190222/46619836666/el-lento-progreso-de-los-derechos-lgtbi-en-el-continente-africano.html>



- Vanguardia, R. (2019). Lanza un vídeo interactivo para normalizar la transexualidad infantil. *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/vida/20190206/46260471281/lanzan-un-video-interactivo-para-normalizar-la-transexualidad-infantil.html>
- Herrero, J. (2019). Miss Caffèina: "Si somos un altavoz LGTBi, encantados". *La Vanguardia*. Recuperado de <https://www.lavanguardia.com/vida/20190301/46762329946/miss-cafeina-si-somos-un-altavoz-lgtbi-encantados.html>

El Periódico

- Agencia, E. (2019). Familias LGTBI niegan que la falta de una figura paterna genere actitudes violentas en los hijos. *El Periódico*. Recuperado de <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20190322/familias-lgtbi-niegan-que-la-falta-de-una-figura-paterna-genere-actitudes-violentas-en-los-hijos-7368436>
- Colell, E. (2019). Las víctimas de homofobia en Catalunya se duplican en un año. *El Periódico*. Recuperado de <https://www.elperiodico.com/es/sociedad/20190318/agresiones-homofobas-cataluna-7360778>

eldiario.es

- Vargas, N. (2019). El valiente proceso de reasignación de sexo de Ian: "¿Por qué quisiste cambiar, si eras guapa?", preguntaban sus amigas. *Eldiario.Es*. Recuperado de https://www.eldiario.es/canariasahora/sociedad/valiente-proceso-reasignacion-ian-quisiste_0_865814080.html
- Julián, L. (2019). Hogares valencianos: de la familia heteronormativa a la pluralidad de modelos de convivencia. *Eldiario.Es*. Recuperado de <https://www.google.com/search?client=safari&rls=en&q=Hogares+valencianos>

[:+de+la+família+heteronormativa+a+la+pluralidad+de+modelos+de+conviven](#)
[cia&ie=UTF-8&oe=UTF-8](#)

VilaWeb

- ACN Terrassa, A. (2019). Terrassa formarà els entrenadors d'equips esportius juvenils per prevenir conductes homòfobes o masclistes. *Vilaweb*. Recuperado de <https://www.vilaweb.cat/noticies/terrassa-formara-els-entrenadors-deguips-esportius-juvenils-per-prevenir-conductes-homofobes-o-masclistes/>
- Acn Barcelona, A. (2019). La UGT denuncia que l'atur entre les persones trans és del 85%. *Vilaweb*. Recuperado de <https://www.vilaweb.cat/noticies/la-ugt-denuncia-que-latur-entre-les-persones-trans-es-del-85/>

Bibliografia

- Aladro Vico, E. (2013). Las teorías profesionales y las 5 crisis del periodismo. *CIC Cuadernos De Información Y Comunicación*, 18(0). doi: 10.5209/rev_ciyc.2013.v18.41716
- Alàs, A. (2008). *Las tecnologías de la información y de la comunicación en la escuela*. España: Graó.
- Arango De Narvaez, M., Infante De Ospina, E., & Lopez De Bernal, M. (1999). *Juguemos con los niños*. Colombia: Ediciones Gamma S.A.
- Aymerich-Franch, L. (2012). Los juegos en entornos virtuales como herramientas de aprendizaje: estudio de la respuesta emocional de los participantes. *Revista De Ciencias Sociales Y De La Comunicación*, 12(1).

Recuperat

de

https://ddd.uab.cat/pub/artpub/2012/168363/sphpub_a2012n12p183.pdf

- Butlletí Oficial de l'Estat. Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno (2013). Madrid.
- Cortiella Arasa, M. (2010). *El joc infantil i la seva metodologia*. Barcelona: Generalitat de Catalunya. Recuperat de https://ioc.xtec.cat/materials/FP/Materials/1752 EDI/EDI_1752_M04/web/html/media/fp_edi_m04_material_paper.pdf
- Duart, J., & Sangrà, A. (1999). *Aprenentatge i virtualitat*. Barcelona: Universitat Oberta de Catalunya.
- García Velázquez, A., & Llull Peñalba, J. (2009). *El juego infantil y su metodología*. Madrid: Editex.
- Gómez-Martín, M., Gómez-Martín, P., & González-Calero, P. (2012). Aprendizaje basado en juegos. *Revista ICONO14. Revista Científica De Comunicación Y Tecnologías Emergentes*, 2(2), 1. doi: 10.7195/ri14.v2i2.436
- López-Rabadán, P., & Casero Ripollés, A. (2014). La información periodística de portada en España: evolución histórica de fuentes, agendas y encuadres (1980-2010). *Historia Y Comunicación Social*, 19(0). doi: 10.5209/rev_hics.2014.v19.44977
- Lupiáñez Mateu, O. (2019). Treball de Final de Grau. *El joc com a eina inclusiva* (Llicenciada en Educació Infantil). Universitat de Vic.
- Perera González, J. (2016). *Aprender Jugando*. Lecture, Toronto.



- Ripoll, O. (2003). El joc, una eina educativa. *Revista D'intervenció Socioeducativa*, 33(1), 16. Recuperat de <https://www.raco.cat/index.php/EducacioSocial/article/view/165533/373756>
- Sierralta Ríos, A. (2009). *Negociaciones y teoría de los juegos* (1st ed.). Lima: Fondo Editorial.
- UNICEF. (2017). *Estado Mundial de la Infancia. Niños en el mundo digital*. Nova York: UNICED. Recuperat de https://www.unicef.org/publications/files/SOWC_2017_ENG_WEB.pdf
- Díaz Cruzado, J. y Troyano Rodríguez, Y. (2013). El potencial de la gamificación aplicado al ámbito educativo. En III Jornadas de Innovación Docente. Innovación Educativa: respuesta en tiempos de incertidumbre Sevilla, España: Universidad de Sevilla. Facultad de Ciencias de la Educación.

Webgrafia

- <https://www.educacion.navarra.es/documents/27590/51352/DESEO+SABER.pdf/d06c5128-193e-46e7-abf3-ae8bcd2d6436> (Consultat el 20 de gener de 2019)
- <https://www.monografias.com/trabajos6/hobu/hobu.shtml> (Consultat el 20 de gener de 2019)
- <http://es.catholic.net/op/articulos/52020/cat/433/el-hombre-necesita-saber-para-que.html#modal> (Consultat el 20 de gener de 2019)
- <https://brainly.lat/tarea/2868487> (Consultat el 10 de febrer de 2019)
- <https://www.filco.es/platon-aristoteles-coincidencias-diferencias/> (Consultat el 10 de febrer de 2019)
- https://www.academia.edu/3106935/Platón_y_Aristóteles._Dos_visiones_del_Hombre (Consultat el 26 de març de 2019)

- [https://es.wikipedia.org/wiki/Metaf%C3%ADsica_\(Arist%C3%B3teles\)#Libro_I_\(A\)](https://es.wikipedia.org/wiki/Metaf%C3%ADsica_(Arist%C3%B3teles)#Libro_I_(A)) (Consultat el 26 de març de 2019)
- <https://rieoei.org/historico/documentos/rie26a05.htm> (Consultat el 26 de març de 2019)
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ldf/galvez_s_mi/capitulo3.pdf (Consultat el 26 de març de 2019)
- https://es.wikipedia.org/wiki/Maria_Montessori (Consultat el 26 de març de 2019)
- <https://www.un.org/es/sections/issues-depth/children/index.html> (Consultat el 9 d'abril de 2019)
- <https://www.unicef.org/spanish/sowc2016/> (Consultat el 9 d'abril de 2019)
- <http://wdi.worldbank.org/table/2.1> (Consultat el 9 d'abril de 2019)
- <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.0014.TO.ZS?end=2017&start=1960&view=chart> (Consultat el 9 d'abril de 2019)
- <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.0014.TO.ZS?end=2017&start=1960&view=chart> (Consultat el 9 d'abril de 2019)
- <https://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=253> (Consultat el 9 d'abril de 2019)
- <https://www.raco.cat/index.php/educaciosocial/article/viewFile/165533/241093> (Consultat el 10 d'abril de 2019)
- <https://books.google.es/books?id=IR1yI9xD95EC&printsec=frontcover&dq=inauthor:%22Alfonso+Garc%C3%ADa+Vel%C3%A1zquez%22&hl=es&sa=X&ved=0ahUKewilw7y5sMXhAhVOPBoKHyrjBfUQ6AEIKTAA#v=snippet&q=%20adulto&f=false> (Consultat el 10 d'abril de 2019)
- https://ioc.xtec.cat/materials/FP/Materials/1752_EDI/EDI_1752_M04/web/html/WebContent/u1/a1/continguts.html (Consultat el 10 d'abril de 2019)
- <https://www.unicef.es/sites/unicef.es/files/comunicacion/estado-mundial-infancia-2017.pdf> (Consultat el 10 d'abril de 2019)
- <https://www.unicef.es/prensa/1-de-cada-3-usuarios-de-internet-son-ninos> (Consultat el 10 d'abril de 2019)
- http://www.paidopsiquiatria.cat/files/teorias_desarrollo_cognitivo_0.pdf (Consultat el 4 de maig de 2019)



- <http://somatents.com/es/> (Consultat el 4 de maig de 2019)
- <https://www.nushuadventures.com/index.html#misionesgratis> (Consultat el 4 de maig de 2019)
- <https://eldiariodelaeducacion.com/blog/2017/09/22/nace-nushu-una-app-para-acercar-la-informacion-de-actualidad-a-la-infancia/> (Consultat el 5 de maig de 2019)
- <http://www.evadominguez.com> (Consultat el 5 de maig de 2019)
- https://www.bayard-revistas.com/quienes_somos.php (Consultat el 5 de maig de 2019)
- https://issuu.com/luciamolinazamora/docs/hojeo_rd_cat_261 (Consultat el 5 de maig de 2019)
- <http://directe.larepublica.cat/canal/article/13997/reporter-doc-13997> (Consultat el 8 de maig de 2019)
- <https://www.bayardeducacion.com/ca/recursos-per-a-laula/e-primaria-cicle-mitja/reporter-doc> (Consultat el 8 de maig de 2019)
- https://www.bayard-revistas.com/revista_reporter-doc.html (Consultat el 8 de maig de 2019)
- <https://www.ccma.cat/tv3/super3/infok/> (Consultat el 8 de maig de 2019)
- <https://www.ccma.cat/tv3/infok/programa/> (Consultat el 8 de maig de 2019)

21. ANNEXES

Annex 1: Transmissió de coneixements: l'educació i els mitjans de comunicació

Al llarg de la història ha estat vigent la intenció de demostrar diversos agents que han contribuït en la concepció del món actual. De forma directa o indirecta, l'escola, la família o els mitjans de comunicació, entre d'altres, han afavorit la creació i el traspàs de coneixements i d'idees. Això ha suposat un enriquiment cultural que ha permès a les generacions futures entendre el món tal fins a arribar a configurar-lo en el coneixem actualment. Així doncs, la consciència i el traspàs dels progressos i descobriments de cada època ha permès al món i a les societats evolucionar en tots els àmbits, des de els vessants científics i tecnològics fins a les branques humanístiques i socials.

Amb l'aparició de la impremta al segle XV el traspàs de continguts deixa de ser manuscrit i permet una distribució ràpida i eficient. En conseqüència, en poc temps els avenços queden arxivats i es facilita l'accessibilitat a continguts a gran part de la població. Amb la impremta, també comença la circulació d'idees que permet evidenciar les diferents concepcions sobre la percepció del món. Comencen d'alguna forma, a cultivar-se tots els factors socials i tecnològics que donaran llum al periodisme modern.

A partir del segle XVII, l'aparició del periodisme modern es converteix en un altre mecanisme per entendre i conèixer el món. La seva evolució des d'aleshores i el seu lligam amb la història ha permès que se li hagin atribuït diverses funcions: la funció social, l'ètica, la comunicativa i fins i tot, una funció educativa. Se'ls atribueix el paper de creadors de coneixement així com el foment de l'esperit crític i col·lectiu de la societat de forma més indirecta, respecte al paper de l'educació.

L'educació tradicional també s'ha vist implicada en l'evolució social, alfabetitzant i traspasant coneixement. Des de les primeres civilitzacions, l'aparició dels monestirs com a transmissors de coneixement i posteriorment, la creació d'escoles i la seva



evolució com a resposta a les necessitats socials del moment. Així, els centres educatius s'han anat actualitzant de mica en mica i han configurat els coneixements bàsics que s'havien de transmetre, i també la forma d'ensenyar. Les escoles han anat sempre regides per les necessitats socials de cada moment com a resposta al traspàs d'informació i continguts.

I dins d'aquesta evolució en què s'han trobat immersos ambdós agents socials, les tecnologies arriben a mitjans del segle XIX per canviar el que es coneixia fins al moment. El sistema es veu obligat a adaptar-se i això suposa un canvi de funcionament en molts sentits. Les empreses es comencen a readaptar i la forma de transmetre el coneixement i la informació també, afectant de manera directa a l'escola i als mitjans de comunicació.

Des dels principis de la filosofia, donar resposta al món que ens envolta ha estat una de les qüestions més redundants per l'ésser humà. Preguntes com *d'on venim?*, i *on volem arribar?*, fins a plantejar-nos com el perquè de la nostra existència han estat el principi per acabar configurant, a partir de premisses considerades certes, l'imaginari social, polític i econòmic del moment.

Aristòtil i Plató ja asseguraven que el principi bàsic de la filosofia s'atribuïa al desig de l'home de saber. De fet, a *La Metafísica*, d'Aristòtil escrita durant el seu tercer període filosòfic (335-322 aC) afirma que "tots els homes desitgen, per naturalesa, saber", atribuint-ho a un desig innat en tot ésser humà, excitat per l'admiració i la curiositat davant dels fenòmens de la naturalesa.

Amb el pas dels anys i fins a l'actualitat, l'educació ha esdevingut un dels principals elements per traspasar coneixement i donar resposta a totes aquestes conviccions. Ha estat el motor principal, de la mà de l'església, per la transmissió de les idees culturals, econòmiques i socials dominants en cada època.



En un principi l'ensenyament es transmetia de pares a fills i l'educació es regia en l'aprenentatge i adquisició de formes de viure, de caçar, etc. Posteriorment es van configurar els sistemes d'educació d'Egipte i Orient Llunyà donant un alt valor als estudis de religió i tradicions i començant a ensenyar principis d'escriptura, ciències, matemàtiques i arquitectura. Totes aquestes formes d'ensenyament van evolucionar, a partir de les formes de concebre l'educació com accés al lideratge de l'Estat a l'Antiga Grècia.

Es va arribar doncs al segle IX amb el reconeixement de l'educació i la seva promoció per part de l'imperi de Carlemany (742-814). Històricament se li ha atribuït al rei dels francs la següent frase:

“L'educació es la base de la felicitat de les nacions, de les famílies i dels individus: l'educació fa bons pares, bons fills i bons ciutadans”.

Així doncs, l'educació no ha estat tan sols una forma de transmetre i crear coneixement, sinó un procés de socialització i bona convivència. Destaca per ser un procés de vinculació i conscienciació cultural moral i conductual a través del qual, les noves generacions assimilen i aprenen coneixements, normes de conducta, formes de ser i de veure el món (Ana Belén Rodríguez, 2010: 1).

Per altra banda, el traspàs d'informació i coneixements no ha estat vigent únicament a l'escola i a l'església, sinó que hi ha hagut altres agents, com els mitjans d'educació, que han contribuït a donar i contextualitzar les idees i els moviments culturals i socials que s'han produït al llarg de la història.

El periodisme és possible i necessari a partir del segle XVII, quan comencen a donar-se les condicions socials per poder fer una difusió. Així i tot, els primers diaris existents estaven controlats per la monarquia i s'anomenaven “premsa d'estat” en què es creava un monopoli de la política i també d'informació.



Així doncs, el primer periodisme lliure és possible amb l'arribada de la monarquia parlamentària a Anglaterra. Es tracta d'un moment històric en què la lliure difusió d'idees està permesa gràcies per l'abolició, a finals del segle XVIII, de la censura prèvia. En aquest moment el periodisme esdevé una necessitat dins d'una societat que necessita opinió pública per poder fer front als debats i conviccions ideològiques. Per altra banda, la societat demana un lloc on poder assabentar-se de l'arribada del capitalisme industrial.

Per tant, el periodisme neix des d'un inici com a una necessitat social. Amb la seva evolució se l'ha considerat el quart poder de les grans democràcies occidentals, atribuint-li un seguit de funcions com la d'informar, donar pas a l'opinió pública, persuadir, orientar, entretenir o formar i educar.

Sent importants totes les funcions del periodisme actual la funció educativa ha permès a l'accés al coneixement i a la informació a tota la societat. El valor seu valor educatiu rau en fer entendre uns valors i explicar el perquè de les coses.

Eva Aladro a *Teorias profesionales y las 5 crisis del periodismo* afirma que "En el seu aspecte més profund i cert, el periodisme és una professió educativa" i que en conseqüència la importància del periodisme és vital. El paper que juguen els mitjans a l'hora de mostrar innovacions és immens i mouen l'educació ciutadana per formar un nou món. De fet encara que la notícia sembli poca cosa, pel simple fet de ser novetats, el seu paper a la vida social és excepcional.

Tot i això, la capacitat educativa dels mitjans de comunicació ha estat, durant més de trenta anys, negada per part dels educadors a causa d'un procés de desconfiança (Masterman, 1993). Tradicionalment s'han considerat com a una amenaça a la cultura i el seu poder de corrupció sobretot, pels infants que els consumeixen, per la seva falta d'atribució a la relació que pot tenir la informació amb altres components socials.



Actualment, però hi ha qui sustenta que el panorama dels mitjans està canviant. Roxana Morduchowicz afirma a *Los medios de comunicación y la información: un binomio posible* que “els mitjans de comunicació són sempre educatius en la mesura en què influeixen positivament en el que els nens aprenen i en la manera en la qual aprenen. És a dir, sobre els seus coneixements i la seva relació amb aquests; sobre el procés on es barregen la raó, l’emoció, la informació i la representació”.

Per contra, es sustenta que el periodisme s’ha de convertir en un sistema dinàmic i canviant d’adquisició d’informació, en el qual s’apregui sense tenir consciència d’estar aprenent. El sistema educatiu del periodisme ha d’estar lliure de construccions acadèmiques. Per això es diferencia de l’escola o de la universitat, i fa servir un paper social en espais diferents dels de la universitat o l’escola (Eva Aladro, 2013: 79).

Annex 2: Transcripció entrevista Alan Cabanyes

Treballador i membre del Centre LGTBI de Barcelona

Quina és la funció del centre LGTBI, per què es va obrir?

Dona resposta a una reclamació històrica del col·lectiu. Sempre ha existit a la clandestinitat. El 1977 es produeix una manifestació molt gran a Les Rambles i es vincula directament amb L’Esdap. Sempre s’ha insistit en un portal d’assistència, i de trobada de la gent del casal. D’alguna manera l’Ajuntament comença a tramitar i es planteja la possibilitat que les entitats gestionin l’espai.

De fet hi ha moltes sensibilitats, es convoca el *pride* però hi ha altres identitats que entenen que el *pride* no va amb elles. Si veritablement aquesta és la naturalesa de Barcelona que tothom ho tingui fàcil.

Ara mateix és un servei municipal externalitzat a una entitat: Plataforma d’entitats LGTBI de Barcelona que aplega 12 associacions i aquesta plataforma té un conveni de gestió cívica fins al maig del 2020 amb opció prorrogable fins al maig de 2022.



Pot passar que l'Ajuntament vulgui renovar, amb concurs, o que es vulgui gestionar per altres entitats, etc. També pot ser que es cregui que s'ha d'externalitzar o internalitzar.

El servei no està només orientat a gent del col·lectiu sinó que serveix per visibilitzar, orientar, fer acollida, de fet pot acudir qui vulgui.

Tot ho paga l'Ajuntament, ho porta la plataforma d'entitats però el personal no forma part de la plataforma sinó que són independents. Per exemple, comunicadors, psicòlegs, etc. Garanteix la independència i professionalitat dels treballadors.

Quines són les mesures legals quan hi ha un cas de Lgtbifòbia?

Existeixen diferents camins, per denunciar. A nivell de la Generalitat o a nivell autonòmic fora de Barcelona. Si a una persona de Badalona, on tu vius, li passa qualsevol cosa hauria d'anar a mossos d'esquadra aleshores, qualsevol cas de lgtbifòbia com per exemple una agressió o una pintada, és susceptible de ser denunciable com a delictes d'odi.

A nivell assistencial el departament d'afers socials i famílies per desplegament de la llei per la lgtbifòbia 11/2014 ha d'acompanyar als municipis perquè tinguin un servei d'atenció integral, un punt de referència d'atenció LGTBI. A Barcelona passa que li afegim el Centre LGTBI i una oficina que es diu Oficina de No discriminació. Abarca temàtiques de procedència ètnica, a part de gènere i el col·lectiu.

Ara estem treballant en un protocol conjunt en què si una persona entra per la porta té una atenció directa i a partir d'aquí pot passar a mossos d'esquadra, a servei d'emergències socials, a l'OND o a l'Observatori per l'homofòbia (Treballa de manera directa amb la denuncia de l'homofòbia i fa treballs socials de camp, la principal feina és ser una finestra d'entrada en el cas que voler denunciar els casos. Fan radiografies temporals).



El problema és demostra qui són amb la qual cosa l'atac queda impune. A més la llei 11/2014 s'ha de desplegar de forma més efectiva, perquè s'han de crear nous serveis a partir d'ajuntaments. Doncs aquesta llei ha d'anar acompanyada d'un règim sancionador.

Per exemple en el cas de les pintades al Centre, s'ha arxivat el cas. No es sap ben bé qui són, es té en coneixement de grups "ultres" que recorren Montjuïc.

Cruissing: gais que es citen espontàniament al carrer per tenir relacions sexuals. Durant molts anys en què no era tan obvi o tan clàssic ser gai, es sabien que aquests llocs eren punts de trobada.

Està més impune l'odi actualment?

Sempre ha existit però per sort cada cop es denuncia més i estàs més conscienciat. Almenys ha entrat a l'opinió pública, potser abans eren més visibles els pro- LGTBI i ara a sorgit la qüestió més moral. Per exemple Vox planteja una cosa moral. Això fa que determinades persones que tenen la ment més tancada rebin un *imput*: hi ha un moviment polític que ho utilitza per fomentar l'odi.

I és evident que quan fas un recompte de casos si que n'hi ha més que anys enrere, però també a la vegada has de fer l'altre lectura: hi ha més conscienciació, més sensibilització i uns canals més definits per expressar i denunciar. Ara amb Twitter per exemple, hi ha constància del que passa, es fa pressió.

Creus que els nens i nenes, adolescents etc. tenen les facilitats necessàries per saber?

Sí, en relació a les anteriors. Tenen molta més informació.

Primerament generacions anteriors simplement tenien alguns referents molts estereotipats per exemple amb el Mauri o la Eva d'*Aquí no hay quien viva* o en Fidel d'*Aida*. Referents molt estereotipats i amb molta pluma.

Jo crec que cada vegada això s'ha anat naturalitzant, els adolescents cada vegada practiquen i coneixen el sexe abans. Si que es veritat que sempre hi ha un conegut del col·lectiu i et sorprèn moltes vegades que els nens i nenes no donen importància a l'etiqueta de tal persona és o tal persona li agrada.

Jo crec que de fet que ells ja tinguin la capacitat de trobar els referents doncs és la forma que sigui més permeable a rebre aquesta educació en valors, formació, digues-li com vulguis.

I a nivell educació, a l'escola, tenen una bona base per poder identificar-se?

A mi a la classe de medi per exemple, ningú em va parlar de les orientacions sexuals. No se actualment com està però hi ha associacions que hi treballen.

Si que és veritat que cada centre té la capacitat de gestionar el programa educatiu, i si no ho fa el centre l'AMPA pot intervenir i fomentar certes activitats.

Jo vaig anar a una escola en què et feien una xerrada de sexualitat separats per sexes i on hi parlaven els pares i les mares. Estava mal enfocada. Per exemple es va qüestionar una diferència d'orientació sexual i no es va donar resposta.

A la Generalitat hi ha una àrea de coeducació on es generen materials i també hi ha una llei que ha de promoure l'educació justa.

A nivell de l'Ajuntament també s'aborda per tres bandes el moviment LGBTI educatiu:

- Escoles Xarxa Rainbow, molt limitada i petita
- Xarxes d'escoles per la diversitat



- Regidoria feminismes i LGTBI: primer mandat, la regidoria ha promogut molts projectes.

Cada cop com està més present a les nostres vides i crec que la gent sap que s'ha de formar en l'àmbit. I la formació del menor també ha de promoure les diferents opcions.

Nou registre municipals, les opcions de gènere són més amples i són primeres passos. Es parla de progenitors, tutors etc.

A nivell de Barcelona ho porta el Consorci d'Educació.

Quin tipus de casos i persones tracteu en el servei d'acollida?

Fins ara les casuístiques que hem trobat són per exemple pare i mare que volen tenir eines per poder tractar millor la orientació del seu fill/a. També casos d'adolescents que ho han dit a casa seva i la resposta no ha estat la millor, d'una banda la persona menor ha de proveir eines que manquen a la família i sobretot tenir la seguretat que el que es sent es deu a qui és.

De fet, el 25% són adolescents i joves, també hi ha altres realitats com gent que necessita informació de malalties de transmissió sexual, transsexuals amb problemes d'inserció laboral, persones transsexuals que volen saber com fer el procés de transició. Fins i tot gent migrant que necessita fer papers perquè fugi del seu país ja que allà es il·legal, estaríem parlant de casos d'asil.

Feu alguna col·laboració, coneixeu o treballeu amb mitjans que tinguin sensibilitat LGTBI?



En general te n'adones, que els mitjans més conservadors fan una reflexió diferent però si que ho treuen. Per exemple mitjans que ho tracten bé com per exemple Público, eldiario.es (a més té una redactora que segueix temes de gènere).

De fet a la BBC hi ha una persona professional que està per ser el redactor i director de tota l'actualitat LGTBI, amb la qual tenen una *gender correspondence* i un *LGTBI correspondence*. Això és molt interessant perquè et dona una altra visió.

Nosaltres treballem per complicitats dins les redaccions, si tu passes un tema a aquestes persones s'encarreguen de gestionar que aquesta informació aparegui. En general encara que no hi hagi aquesta gent, crec que s'entén que és un tema de servei públic.

El dia 31 de març per exemple va ser el dia de la visibilitat transsexual i es va gestionar amb el telenotícies de TV3 dues peces bastant llargues. El que s'ha de fer en aquests casos per exemple, és ajudar als redactors a canviar la mirada, ja que es fan casos personals. El cas personal no cal, perquè això vol dir fer sensacionalisme.

Nosaltres el dia de la visibilitat transsexual vam fer una taula rodona per promoure la visibilitat transsexual a partir de projectes personals culturals i no s'estava fent una peça de "*Diego se llamaba Manuela*". Hi havia a la taula un membre de formacions que treballa al centre, un professor universitari, un bibliotecari, una fotògrafa freelance

Persones que es evident que són transsexual i que cadascú la viu de diferent manera, i es transita de la forma que es pot permetre econòmicament.

També és interessant que per exemple a les persones del col·lectiu se'ls demana que expliquin la seva vida personal, però segurament al redactor que li pregunta si és cis, hetero i blanc ningú li demanarà explicacions.



No hi ha una mirada lgtbifòbica per part dels periodistes però sí que és veritat que les rutines fan caure en la irresponsabilitat en la manera de tractar les notícies. Ara quin era el titular de la peça *Segons dades de la UGT el 47% de persones transsexuals estan a l'atur*. I clar nosaltres estàvem fent una altra cosa justament oposada, donar visibilitat a projectes laborals personals de persones transsexuals.

Reconec que per exemple, hi ha companys que m'han donat moltes lliçons, perquè jo al haver estudiat periodisme tinc una rutina super interioritzada i ells a vegades m'han dit no donis dades, no s'han de donar perquè potser són persones que ja estàs etiquetant.

Un dels problemes també és que els periodistes surten de les redaccions amb la peça feta, sense esperit d'investigar de preguntar al carrer.

A nivell estadístic com es controlen les malalties de transmissió sexual?

Al Departament de Salut, pots tenir dades enfocades per edats i per col·lectiu. Sobretot aquestes coses es porten molt a nivell d'entitats a Barcelona també, dins i tot des de l'àmbit gai-positiu. Aquí al centre hi ha Gais positius o Stop-Sida, també hi ha una associació referent que és Gech point, ja que actua amb les dades que tu aportes com a persona que et vas a fer un test després serveixen per fer un seguiment estadístic que et permet controlar repunts.

Convé saber que el VIH afecta a molta població, els gais són un grup de risc. Cal ser curosos en com es dona la informació.

Altres estadístiques, són molt difícils de fer. Perquè no has d'anar controlant l'orientació de cadascú. Per exemple ara que als plans municipals et pots identificar com a home, dona o home transsexual o dona transsexual hi ha hagut molt debat, ja que molts transsexuals diuen que són homes o dones, que perquè s'han de definir com a transsexuals.



Hi ha referents que parlen que les persones LGTBI són el 10% de la població però es una estimació i no es sap d'on surten aquestes dades. Perquè potser gent que ha tingut relacions sexuals amb algú del propi sexe potser no s'identifica com a LGTBI o potser no es vol etiquetar. Sobre tot és això, buscar sempre la font i d'on ve.

La llei no permet preguntar sobre això, i majoritàriament els estudis són voluntaris i que no surten a la llum.

Annex 3: Transcripció entrevista Jordi Miras

Com t'identifiques davant de la societat o si no ho fas quin és el motiu?

Jo m'identifico com una persona queer, que això vol dir que no m'identifico en res, perquè no crec en les orientacions i les etiquetes que només han fet que crear més segregació dins de la societat; però perquè la gent ho conegui he de dir que sóc una persona *queer* i explicar els motius pel que ho sóc. El tema a Espanya la cultura *queer* no es coneix tant, es coneix la cultura LGTBI. Hi ha qui considera que la Q ens inclou al col·lectiu però jo mai la inclouria . És a dir el concepte LGTBIQ+ no es comparable perquè el seu principal objectiu (de la q) és trencar amb el binarisme de la societat, i per tant trencar amb els diferents grups que existeixen, per tant, queer no pot pertànyer al mateix grup però entenc que es posi per donar visibilitat actualment

Quines són les principals dificultats que la societat t'ha imposat (i possiblement et segueix imposant) a l'hora d'identificar-te, tant Identitàriament com sexualment?

Jo tinc sort que dins el meu entorn puc ser jo mateix i no preocupar-me del que puguin dir, l'únic que és veritat que depenent dels llocs als que vas, si la gent no està formada o en sap del tema et veuen com una cosa estranya, com diríem "un bitxo raro".

Et consideres part del col·lectiu LGTBIQ+? Per què?

Sí, principalment perquè és una lluita que s'ha de fer. El feminisme te de molt de pes i en canvi el tema col·lectiu non és tan fort perquè són molts grups que es configuren en un de sol i per tant, hi ha moltes dificultats dins del mateix col·lectiu. És a dir lesbianes i gais molts cops no comparteixen lluita, bisexuals hi ha gent que creu que no haurien d'estar al col·lectiu. Però sí, jo em considero part del col·lectiu només per aconseguir la lluita de drets de la societat i per aconseguir que no sigui tan retrograda com és. Principalment vull que a partir del col·lectiu es trenquin els estereotips perquè jo com a persona *queer*, no em voldria sentir obligada a posar, perquè crec que al final el millor és ser nosaltres mateixes i no posar-nos etiquetes o estereotips que molts cops no van relacionades amb nosaltres mateixes.

Creus en les categories fixes com: home, dona, bisexual, transsexual etc.? Per què?

Creure no hi crec però se que existeixen i ha gent a qui si li va bé per trobar qui ets i com et sents. Molta gent ho considera però jo no ho crec, perquè actualment existeixen aquests estereotips i si no existissin no hi hauria tan problema perquè en el moment que no hi hagués estereotips aquestes categories es veurien destinades a no existir. Lamentablement, existeixen però creen més segregació.

Parlant d'infants, quines mancances creus que tenen a l'hora de descobrir-se? Quines millores socials poden haver perquè tinguin llibertat a l'hora de descobrir qui són?

Crec que el problema que hi ha es que no hi ha la suficient informació per poder fer un traspàs o resoldre els dubtes dels infants. Dins de les famílies, la gent no està preparada, molt poques n'estan i no crec que disposin d'eines per treballar-ho i dintre les escoles crec que per sort ara es comencen a posar assignatures com "Valors" en què ensenyen a ser persones el problema és que crec que els infants estan tancats en una bombolla i es quan surten de la primària o de la ESO quan es troben aquesta diversitat en el món. No saben com relacionar-se amb la gent perquè no ho han treballat, si sempre s'han relacionat amb gent heterosexual o com a molt bisexual o gai, no saben tractar amb un transsexual sense fer mal.

Que al final no hi ha cap eina per saber-se relacionar, sinó ser-ne conscient i aquests infants que no ho han treballat veuen a aquestes persones tant diferents que creuen que no encaixen.

Per una mateixa, crec que els hi falta informació per conèixer-se, s'hauria de treballar de manera natural perquè puguin definir-se com vulguin. Que un propi infant de ben petit sigui conscient de que o no li agrada o de que o no és li farà que amb uns anys no es trobi confús a l'hora de sentir determinades coses.

I en quant a referents?

Crec que falten moltes figures del col·lectiu LGTBI en molts àmbits, a polítiques només són homes i si hi ha dones és fa poc, doncs imaginat gent del col·lectiu i que ho expressi obertament. Quan els trobes és molt difícil.

També crec que no va bé que surtin les persones que són l'extrem de l'estereotip i que realment no totes les persones gais són així.

Cal visibilitat i que es deixin veure de forma natural per tal que siguin referents per aquests infants.

Annex 4: Transcripció Grup de Discussió

Participants:

1. Berta Boter (23)
2. Elena Parés (23)
3. Alejandro Cano (25)
4. Marta Molina (21)
5. Ferran Climent (21)

Com us identifiqueu en la societat, us considereu part del col·lectiu LGTBI?

3. Jo vaig sortir de l'armari amb 20 anys i al principi no em considerava part del col·lectiu potser perquè no tenia acceptada la meua sexualitat. Quan vaig acabar d'acceptar-ho i ja sortir de l'armari i tothom ho sabia, quan es parlava del col·lectiu o del dia de l'orgullo no m'hi sentia molt identificat, la lluita pels drets no anava amb mi.

I farà cosa d'un any o dos, i al conèixer en Ferran també que és molt activista en aquest tema, doncs sí que m'ha canviat una mica la mentalitat i si que avui dia em considero part del col·lectiu i m'agrada fer més activisme o manifestar-me o reivindicar-me

4. Més o menys és així també, quan vaig sortir de l'armari potser considerava que la cosa no anava amb mi, potser perquè no ho havia acceptat tampoc. A mesura que vaig créixer ja m'hi vaig sentir més part i ara doncs, hi estic molt dins.

5. potser no caldria, sembla molt idíl·lic, però no hauria de caldre un col·lectiu reivindicant els drets etc. però trobo que està bé formar-ne part, tenir un grup d'iguals, sentir-te recollit i és una manera de fer un punt de lluita tal i com estem avui en dia. Fa deu dies sortia una notícia que a Brunei maten a homosexuals.

1. Jo estic bastant d'acord amb el que dieu i també em va passar una mica això que fas un canvi, no deixes de veure prejudicis sobre el col·lectiu LGTBI i fa por acostar-t'hi i et costa definir-te perquè com encara que no ho sembli està vist com una cosa negativa, ser lesbiana o gai. I a mi m'agrada molt que hi hagi aquest col·lectiu aquesta reivindicació però alhora penso que hi ha espais una mica excloents dintre el propi col·lectiu. per exemple amb el dia LGTBI o la cavalcada basada en el capitalisme, o sigui el problema és que s'unifiquen moltes coses en el propi col·lectiu i a vegades no m'hi sento identificada. Comparteixo l'eix de lluita però hi ha moltes coses amb les que difereixo.

3. Completament cert, moltes vegades no s'accepten altres parts del col·lectiu. Per exemple un col·lectiu de dones lesbianes que no accepten a una dona transsexual pel simple fet de ser-ho. I això crec que és un error.

I també hi ha molt etiquetatge, has de tenir alguna d'aquestes etiquetes per entrar-hi. Em crea problemes interns, m'agrada que existeixi la lluita i sigui potent, però d'altre veig que és una lluita molt més masculina que femenina, que hi ha molta més representació d'homes gais que lesbianes.

5. El mateix nom ja discrimina perquè només són 5 lletres i si no ets d'aquestes 5 ja ets menys important.

2. El que m'ha passat una mica és que el feminisme m'ha fet veure millor el col·lectiu LGTBI que no pas el propi col·lectiu, en el sentit que m'he sentit més identificada com a dona lesbiana. Crec que ha estat influenciat per l'entorn, perquè no hi tinc ningú proper, per mi sempre m'ha quedat molt allunyat i actualment m'hi queda. I no és que no m'hi senti identificada, perquè la meva condició sexual m'hi porta però em sento més identificada en això, ser dona i lesbiana.

3. Jo crec que avui dia la gent del col·lectiu ho té més fàcil i no pas fa 30 anys, no van poder influenciar a ningú. Per exemple tinc dues tietes lesbianes i mai les he vist com a part del col·lectiu perquè mai s'ha parlat del tema ni elles, i jo potser si que he trobat a faltar aquesta part. Que ho mostressin més obertament, que es parlessin d'aquests temes etc.

4. Realment enlloc es parla

3. Enlloc es parla, però entenc que en els llocs on no tens ningú proper encara menys perquè és com tabú o invisible durant molt de temps. Però si que es veritat que tenint un entorn favorable que ni es normalitzi a mi em sembla un retràs i jo ho vaig trobar en falta a l'hora d'identificar la meva sexualitat amb 15 anys, potser no hagués trigat 5 com vaig trigar

Tothom més gran que jo que conec a tingut situacions complexes, han estat amagades i vull dir m'he sentit jo més madura a l'hora d'expressar la meva sexualitat que gent de 30 anys i poques en conec. És això, fa vergonya, està carregat de prejudicis i a vegades crec que ens ho auto imposem. Tenim tantes coses arrelades que no volem.



3. I ja no només la por a dir-ho o com identificar-te també es dur que els altres no sàpiguen identificar-te davant algú que has conegut nou. Qualsevol pare que el seu fill i la seva parella i el presentin com “l’amic” del seu fill. Aquest tipus de coses et fa veure que si que s’accepta avui dia però que costa molt dir-ho.

2. Els referents del col·lectiu LGTBI aquí a Espanya per exemple són persones que no són gens properes a mi. Si em parles del Jorge Javier Vazquez, dels Javis o la Dulceida, penso, que de la meua vida habitual no són ningú i menys per algú més gran i per això penso que quan et presenten com “l’amiga” és perquè falten referents. Són gent que viuen d’això.

4. Me’n recordo que quan vam fer ESLLIU va ser perquè quan vam sortir de l’armari no teníem ningú a prop que et dones algun consell. I de fet a l’esplai tampoc o vam parlar ni enlloc.

5. A la ESO no coneixia ningú, de 1r a 4t no hi havia ningú. I el fet de no parlar-ho a sobre no fa explicar la realitat. Potser si m’ho haguessin explicat hagués estat més fàcil.

1. És que es un treball molt fort jo tinc la sensació que encara em queda molt per descobrir. He hagut de treballar molt, la descoberta d’un mateix, te n’has d’adonar, provar.

2. I en part perquè ens vam trobar. Quan ens va passar, ho vam haver d’afrontar. I osti, si no es gestiona perdré aquesta persona.

1. I nosaltres perquè estem en un context favorable, intentes fer visió en altres llocs, altres contextos, si ja no tenim referents nosaltres com una persona d’un barri més marginal amb famílies més patriarcal.

Interseccionalitat? Creieu que s'ha de parlar de gènere quan s'explica el col·lectiu?

2. Per mi en relació al que preguntes el concepte clau d'aquestes dos lluites és el llenguatge. A mi el llenguatge feminista és el que m'ha portat ha tenir una altre visió també del col·lectiu LGBTI. Fer servir un llenguatge en què tothom s'hi senti representat és bàsic. El llenguatge no només és masclista sinó que obliga a identificar-se a la gent en uns estereotips . Potser sembla una tonteria però per algú que es trobi en l'altre posició és important.

3. Parlant de la lluita feminista, si que és veritat que amb tot el que involucra el moviment feminista, el nivell d'igualtat que exigeix és necessari per començar a parlar de LGBTI. Crec que s'ha de formar en LGBTI però abans ha d'haver-hi una base igualitària de feminisme, que ensenyi els drets de tothom per igual i arrel d'això començar a entrar en tema de diversitat sexual.

1. Jo crec que està estrictament lligat, perquè entenc el feminisme com a alliberament sexual de la dona, donar-li potència, deslligar-la de la seva condició hetero. Realça a les dones a descobrir-se, busca com ets, busca que pots experimentar i dintre d'això entra tenir relacions amb altres dones o no identificar-te com a dona com a tal. Crec que van com de la mà, com el feminisme fa que la dona s'emancipi i trobar noves sortides doncs això també entra tenir altres identifications de gènere o orientacions sexuals

5. El col·lectiu està creat dins del món heteropatriarcal, falta que el col·lectiu canviï, cal que s'uneixi a la lluita del feminisme perquè sinó continuem reproduint dins del col·lectiu allò que t'han inculcat de petit.

2. El feminisme a Espanya a crescut de carrer, i el moviment LGBTI ve de molt amunt i s'està desconstruint a ell mateix. Per exemple hi ha moviments alternatius que reivindiquen que l'orgull no els representa, aleshores aquests que surten més de carrer són el que es troben amb el feminisme. I també perquè a la pràctica, dit molt

senzillament, si el feminisme busca la igualtat independentment de la teva condició física siguis home o dona ets igual, a la pràctica quan ho traslades un cop tens el feminisme et ve implícit, en el sentit que un cop ets home o dona enamorat de qui sigui.

3. Les figures que representen el col·lectiu són rics, blancs i gais. I el feminisme com dius vol una igualtat més des de la base. Per exemple a Badalona, l'estratègia política del *pinkwashing* de fer una festa LGTBI sense ningú del col·lectiu

I a més que tinguin un missatge reivindicatiu.

Treballar pel col·lectiu LGTBI o en contra l'homofòbia i la transfòbia?

1. Jo crec que d'entrada s'haurien de fer grups més reduïts, més de barri del col·lectiu. Quedar i parlar-ne un altre tipus de col·lectiu. Pel que dèiem, igual que no hem tingut referents, doncs donar grups de suport. I evidentment, educació contra la homofòbia és clau. Fa gràcia perquè la gent et diu "si ara això ja està bé jo ho accepto eh".

4. Cal fer-ho bé, no parlar per sobre com per omplir el temari. Fes tallers, dona informació etc.

2. El col·lectiu és l'educació, en el sentit de alliberar-se pels alumnes sentir-se molt més proper i en canvi contra la homofòbia és més per la societat. En el sentit és que en el punt de vista LGTBI t'acompanya en el procés i si m'haguessin educat contra la homofòbia potser m'hagués sentit molt més lliure d'anar a manifestacions.

En el sentit de les manifestacions, per exemple si que hi ha gent que va a les dels drets d'iguals per les dones i no en el cas del col·lectiu. Això em fa pensar que cal una educació per l'alliberació personal, que igualment, ha de ser crítica.

Veig més col·lectiu per la societat homofòbia i més personal l'educació del col·lectiu LGTBI.



1. Amb això de les manifestacions també es deu a la normalització, no veuen que existeixi la opressió perquè no se'n parla tant.

2. Resulta també que quan ets lesbiana et pregunten quines amigues t'agraden, o el fet de qui és l'home i qui és la dona de la relació.

1. És una tonteria però el simple fet de quedar amb algú, i pensar que per lligar ha de ser del sexe contrari. I també el fet de anar amb una parella lesbiana que és més fàcil que una parella heterosexual perquè et sents més "aguantavelas". Es sexualitza més una relació hetero que una homosexual.

Creieu que teniu la mateixa resposta social que una persona cis-hetero, per exemple en polítiques, lleis o salut? Què manca?

5. El que cal és que es facin lleis efectives.

- És com tot, cal que existeixin però falten moltes coses
- No hi ha res efectiu, en el sentit que no em sento gens protegida. Si mai tingués una agressió no sabria que fer. Si es veuen declaracions de l'església, comentaris que s'han fet i com inclús s'han acceptat i fet notícies.

4. O per exemple el fet que es deixin fer teràpies per combatre la homosexualitat.

2. O sigui si hi ha una llei no tinc la sensació que em representi. I si hi és que no ho sé, crec que la desconec per la poca efectivitat que té. I crec que hauria estar en boca de tots reivindicar-la al igual que el feminisme.

4. Aquesta visió que són els marginats i que està justificat que es posin amb ells

2. Sobretot en el tema de l'educació crec que el feminisme ha entrat a les aules i LGBTI no ha entrat. Però ja et dic desconec.

4. ja et dic estic acabant la carrera de magisteri i no m'han explicat mai res de feminisme, del col·lectiu ni res. Només ensenyen les competències bàsiques que estan al currículum.

2. Igual que quan es va obrir el centre LGBTI, vaig pensar, ostres per fi s'ha fet però al 2019. I que al cap d'una setmana hi hagués agressions em fa pensar quines polítiques s'estan fent? També crec que la llei no s'ha actualitzat i que per tant no se n'ha donat importància.

5. A nivell de Generalitat si que hi ha una llei pel que sé, però fixa't si nosaltres mateixos no la coneixem, realment vol dir que no s'està fent res

2. Però sento que per ser parat del col·lectiu no he de saber aquesta llei, he de sentir-la efectiva. I pel que veig, aquest article de la llei no afecta a l'educació, als mitjans o en agressions. Potser perquè som un col·lectiu en aquest context en el que no ens maten.

També potser perquè la orientació sexual es veu com una opció, el "t'ho has buscat".

2. I també les xerrades de transmissió sexual, per exemple, jo he de començar de 0 perquè en la vida m'han explicat res. I tampoc ningú m'ho ha sabut explicar, no és el fet que quan dius que tens novio que t'expliquen a fer servir condons per no quedar-te embarassada.

4. Si no ens han transmès aquesta informació tampoc la podem aplicar.

1. Tot va unt, falta de referents falta, d'educació i falta de coneixement per part de la gent. Donar-li importància.

Què creieu que falta ensenyar a l'escola? Com creieu que es pot complementar si l'escola no fa aquesta funció?

1. Per mi tot rau en la deconstrucció total dels rols de gènere. En el punt en què es comenci a parlar als infants des del punt de vista de: sou persones, no cal que us definiu com a nen o nena, i no cal que per ser d'un sexe tingueu unes aficions o altres; us pot agradar qualsevol altre persona. Quan s'alliberi tot això es podrà començar a parlar molt més perquè encara que tu facis una xerrada d'orientació sexual, però si no es fa la feina prèvia i si ja portes heretat tots aquests conceptes binaris és que et sentiràs raro igualment.

4. A vegades a l'esplai els homes fan formacions de feminisme, però costa molt. Poca pràctica. I igual amb el tema LGTBI

2. Jo crec que a mi el que em va faltar van ser referents, educació en quant a orientació i en quant a identitat de gènere. Per altre banda potser també dinàmiques de grup, de classe, obres de teatre on s'hi mostrin referents, pelis que es facin veure, llibres. Referents culturals.

Si jo hagués llegit un llibre amb un personatge gai potser hi hagués pensat, si hagués vist una obra de teatre igual. Potser almenys et fa pensar una mica. Crec que m'han faltat absolutament les tres coses.

I en la classe de biologia, quan es parla de reproducció i sexe? Creieu que fa falta un altre enfocament?

2. Sí de fet es parla del sexe com a una necessitat vital per reproduir-nos. I no et permet sortir d'aquí. De fet jo vaig sortir del cole amb el sexe entès com una necessitat vital.

1. Jo crec evidentment fent sexe et pots arribar a reproduir però que se n'ha de parlar com una cosa gratificant. De fet, no es parla de plaer, es parla com una necessitat. No es parla del clítoris, és el que diem s'ha d'explicar que et pots masturbar. S'ha de parlar de sexe com a sexe, perquè sigui molt més ple i que no es limiti. Després passa que les noies no saben que tenen alternatives a la penetració. I òbviament no explicar el sexe com posar un condó en un plàtan.

2. I també crec que la reproducció està molt vista com que l'esperma acaba representant el pare i l'òvul la mare, crec que s'ha de fer deconstrucció del binarisme perquè pots tenir nens refugiats, nens orfes, nens monoparentals, famílies amb fecundació in-vitro, etc.

4. I aquí és on entra el llenguatge inclusiu totalment

2. Clar és que jo penso estan a classe amb una persona d'un centre d'adopció i com es deu sentir, no s'està plantejant bé. En el punt que s'està explicant el concepte home - dona des d'una vessant biològica crec que ha d'anar més enllà, ha de ser molt més interdisciplinari, afegint el punt de vista actualitzat del sexe i del gènere. Parlar d'altres tipus de reproducció.

1. És que això va tant relacionat amb altres temes, quina és la nostra prioritat a la vida: reproduir-nos? La maternitat com a eix principal de la dona. Està maltractat en molts àmbits.

Us sentiu identificats amb les informacions que es donen sobre el col·lectiu, a la tele, ràdio, premsa etc.? Creieu que hi ha suficient representació i difusió?

5. Es bo que surtin coses, però fa entrar por al cos quan es ven des del punt de vista sensacionalista.

1. Jo crec que els mitjans públics fan notícies LGTBI per omplir el cupó, no perquè hi hagi una necessitat de denunciar res, tampoc hi ha ningú a les redaccions que reivindiqui la necessitat, així com si que hi ha de feminisme per exemple.

5. Per exemple el Cruanyes, mai ha lluitat, ni ha volgut visibilitzar la seva orientació.

2. Jo tinc la sensació que hi ha teles que reivindiquen menys o més. Per exemple TV3 amb Merlí van fer escenes super poc estereotipades. Per exemple, quan es llien dos nois, es fa des d'un punt de vista que podries plantejar a una parella heterosexual. Em reconforta.

1. De fe a "Com si fos ahir" hi ha representació lesbiana, l'únic que estan molt etiquetades. Em refereixo que quan a una sèrie surten parelles homosexuals s'etiqueten com a pelis de gais o de lesbianes, no com una peli d'amor. Els mitjans han de fer un esforç.

Com jerarquitzaríeu les necessitats del col·lectiu parlant des d'una perspectiva educativa.

- 1) *Visibilitat de l'homofòbia, lesbofòbia, transfòbia etc.*
- 2) *Saber de l'existència de la diferència entre sexe-gènere*
- 3) *Explicació sexo-afectiva del col·lectiu LGTBI*
- 4) *Consciència grup*
- 5) *Experiències personals properes*

4. Jo crec que primer s'ha de conèixer un mateix i per tant cal saber diferència entre sexe i gènere

5. Realment són temes que s'han de tractar tots però potser és important saber diferència

1. Jo crec que abans has de saber i desconstruir l'entorn i que pots sentir i a partir d'aquí facilitar eines per saber quan hi ha una agressió homòfoba.

2. Sí perquè és més fàcil identificar la lluita quan tu t'has identificat. Si després parles del col·lectiu LGTBI com a grup i a posterior de les agressions. Jo crec que és més fàcil per anar tirant.

Decisió:

- Existència diferència entre sexe - gènere
- Explicació sexo - afectiva
- Visibilitat homofòbia, lesfòbia, transfòbia.
- Consciència de grup
- Experiències personals properes

Creieu que els nens i nenes aprendrien amb un joc? Amb el què em parlat abans com se us acudiria que pot ser?

5. Jo crec que és el que més els serviria per interioritzar

2. Per mi 100% mentre estigui ben fet. En un lloc t'alliberes més, creus que ets tu qui posa les tàctiques qui decideix com i perquè, ets tu que acceptes les normes i surts d'allà (sabent que el joc és voluntari en teoria) sabent que ho he fet i ho he après perquè he volgut.

1. Jo l'únic que diria, l'esforç seria no centrar-ho en parlar de gais i lesbianes sinó en com som com ens podem sentir, i que sabem que existeixen persones que per sentir-se així estan agredides. En el sentit de que tu pots sentir-te així o d'una altre manera, però que sentir-te d'una altra manera està mal vist.

5. Acoplar-ho, pot ser teu o no però és un problema de la societat.



2. Clar el millor del món seria que jo no hagués de dir sóc lesbiana, sinó que no se m'etiquetés per ser-ho. És un col·lectiu aïllat s'accepta tot però a mi no m'ataques. El problema és que no és una amenaça i per tant es pot fer el que vulguis.

Annex 5: Enquestes elaborades per l'anàlisi de l'usuari

Treball Final de Grau
Clara Millán Pruna
claramillan97@gmail.com
Universitat Autònoma de Barcelona

PERIODISME I INFANTS

PER COMENÇAR... QUANTS ANYS TENS?

- ☐ MENYS DE 8 ANYS
- ☐ DE 8 A 10 ANYS
- ☒ DE 10 A 12 ANYS
- ☐ MÉS DE 12 ANYS

1. T'AGRADA MIRAR LES NOTÍCIES?

- ☒ SÍ
- ☐ NO

2. SI HAS RESPÒS SÍ A LA PREGUNTA NÚMERO 1, ON LES MIRES?

- ☒ TELEVISIÓ
- ☐ RÀDIO
- ☐ DIARIS
- ☐ INTERNET
- ☐ ALTRES LLOCS:

3. SI HEU RESPÒS NO A LA PREGUNTA NÚMERO 1, PER QUÈ?

- ☐ NO LES ENTENC
- ☐ SÓN AVORRIDES
- ☐ NO M'INTERESSA
- ☐ LES FAN MOLT TARD
- ☐ ALTRES COSES:

4. CONEIXES ALGUNA REVISTA, PROGRAMA, JOC, ON HI HAGI NOTÍCIES ESPECIALS PER ALS INFANTS?

- ☒ SÍ
- ☐ NO

5. QUINS? INFO K

6. QUINS D'AQUESTS TEMES SÓN MÉS INTERESSANTS PER A TU? TRIA ELS QUE MÉS T'AGRADIN! (MÀXIM 3)

- ☐ MEDIAMBIENT: EL COTXE ELÈCTRIC
- ☐ POLÍTICA: COM ENS ORGANITZEM ARREU DEL MÓN
- ☐ ESPORTS: EL BÀSQUET FEMENÍ
- ☒ SOCIETAT: QUÈ VOL DIR SER HOMOSEXUAL?

Figura 46. Enquesta elaborada anàlisi del consumidor 1a. Font: Elaboració pròpia.

Treball Final de Grau
Clara Millán Pruna
claramillan97@gmail.com
Universitat Autònoma de Barcelona

- ☐ TECNOLOGIA: ELS PERILLS D'INTERNET
- ☒ CULTURA I POLÍTICA: EL FEMINISME I EL MASCLISME
- ☐ ALTRES:

7. COM T'AGRADARIA MÉS QUE T'EXPLIQUESSIN LES NOTÍCIES?

- ☒ VÍDEO (PER LA TELE, YOUTUBE...)
- ☐ ÀUDIO (PER LA RÀDIO)
- ☐ TEXT (DIARIS, LLIBRES, REVISTES...)
- ☐ DIBUIXOS (CÒMICS, DIBUIXOS ANIMATS, SÈRIES...)
- ☐ ALTRES:

8. QUIN TIPUS DE JOC T'AGRADA MÉS?

- ☐ JOCS DE TAULA
- ☐ JOC DE CARTES
- ☐ JOCS ONLINE
- ☒ JOCS DE ROL
- ☐ ALTRES:

9. CREUS QUE JUGANT POTS APRENDRE I REBRE NOTÍCIES?

- ☒ SÍ
- ☐ NO

10. COM T'AGRADARIA QUE REBRE LES NOTÍCIES? FES SERVIR LA TEVA IMAGINACIÓ!

Amb vídeos i jocs

MOLTES GRÀCIES 😊!

Figura 47. Enquesta elaborada anàlisi del consumidor 1b. Font: Elaboració pròpia.

Treball Final de Grau
Clara Millán Pruna
claramillan97@gmail.com
Universitat Autònoma de Barcelona

PERIODISME I INFANTS

PER COMENÇAR... QUANTS ANYS TENS?

- ☐ MENYS DE 8 ANYS
- ☒ DE 8 A 10 ANYS
- ☐ DE 10 A 12 ANYS
- ☐ MÉS DE 12 ANYS

1. T'AGRADA MIRAR LES NOTÍCIES?

- ☒ SÍ
- ☐ NO

2. SI HAS RESPÒS SÍ A LA PREGUNTA NÚMERO 1, ON LES MIRES?

- ☒ TELEVISIÓ
- ☐ RÀDIO
- ☐ DIARIS
- ☒ INTERNET
- ☐ ALTRES LLOCS:

3. SI HEU RESPÒS NO A LA PREGUNTA NÚMERO 1, PER QUÈ?

- ☐ NO LES ENTENC
- ☐ SÓN AVORRIDES
- ☐ NO M'INTERESSA
- ☐ LES FAN MOLT TARD
- ☐ ALTRES COSES:

4. HI HA ALGUNA REVISTA, PROGRAMA, JOC... QUE CONEIXIS ON T'AGRADI COM EXPLIQUEN LES NOTÍCIES?

- ☒ SÍ
- ☐ NO

5. QUINS/ES? Són TV3

6. QUINS D'AQUESTS TEMES SÓN MÉS INTERESSANTS PER A TU? TRIA ELS QUE MÉS T'AGRADIN (MÀXIM 3)

- ☐ MEDIAMBIENT: EL COTXE ELÈCTRIC
- ☒ POLÍTICA: COM ENS ORGANITZEM ARREU DEL MÓN
- ☒ ESPORTS: EL BÀSQUET FEMENÍ
- ☒ SOCIETAT: QUÈ VOL DIR SER HOMOSEXUAL?

Figura 48. Enquesta elaborada anàlisi del consumidor 2a. Font: Elaboració pròpia.

Treball Final de Grau
Clara Millán Pruna
claramillan97@gmail.com
Universitat Autònoma de Barcelona

- ☐ TECNOLOGIA: ELS PERILLS D'INTERNET
- ☐ CULTURA I POLÍTICA: EL FEMINISME I EL MASCLISME
- ☒ ALTRES:

7. COM T'AGRADARIA MÉS QUE T'EXPLIQUESSIN LES NOTÍCIES?

- ☒ VÍDEO (PER LA TELE, YOUTUBE...)
- ☐ ÀUDIO (PER LA RÀDIO)
- ☐ TEXT (DIARIS, LLIBRES, REVISTES...)
- ☐ DIBUIXOS (CÒMICS, DIBUIXOS ANIMATS, SÈRIES...)
- ☐ ALTRES:

8. QUIN TIPUS DE JOC T'AGRADA MÉS?

- ☒ JOCS DE TAULA
- ☒ JOC DE CARTES
- ☐ JOCS ONLINE
- ☐ JOCS DE ROL
- ☒ ALTRES:

9. CREUS QUE JUGANT POTS APRENDRE I REBRE NOTÍCIES?

- ☒ SÍ
- ☒ NO

10. COM T'AGRADARIA QUE REBRE LES NOTÍCIES? FES SERVIR LA TEVA IMAGINACIÓ!

Per la tele i per jocs de taula.

MOLTES GRÀCIES ☺!

Figura 49. Enquesta elaborada anàlisi del consumidor 2b. Font: Elaboració pròpia.

Annex 6: Taules de resultats anàlisi d'usuari

T'agrada mirar les notícies?		
Resposta	Vots	%
Sí	35	58%
No	25	42%
Total	60	100%

T'agrada mirar les notícies? Menys de 8 anys		
Resposta	Vots	%
Sí	2	100%
No	0	0%
Total	2	100%

T'agrada mirar les notícies? Entre 8 i 9 anys		
Resposta	Vots	%
Sí	11	58%
No	8	42%
Total	19	100%

T'agrada mirar les notícies? Entre 10 i 12 anys		
Resposta	Vots	%
Sí	19	58%
No	14	42%
Total	33	100%

T'agrada mirar les notícies? Més de 12 anys		
Resposta	Vots	%
Sí	3	50%
No	3	50%
Total	6	100%

On les mires?		
Resposta	Vots	%
Televisió	57	77%
Diaris	4	5%
Ràdio	3	4%
Internet	10	14%
Total	74	100%

Per què no mires les notícies?		
Resposta	Vots	%

Són avorrides	6	24%
No les entenc	4	16%
No m'interessa	4	16%
Altres	11	44%
Total	25	100%

Coneixes algun lloc on t'agrada com expliquen les notícies?		
Resposta	Vots	%
Sí	34	57%
No	26	43%
Total	60	100%

Quins/es?		
InfoK	17	40%
TV3	5	12%
Cavall Fort	3	7%
Instagram i Xarxes socials	2	5%
Televisió	2	5%
Youtube	2	5%
El Tot	2	5%
Revista Super 3	2	5%
Diari	1	2%
Majía	1	2%
Reporterdoc	1	2%
El Periódico	1	2%
Plantabolets	1	2%
Clan	1	2%
Boing	1	2%
Total	42	100%

Quins temes són més interessants per a tu?		
Resposta	Vots	%
Esports	32	22%
Tecnologia	30	21%
Societat	24	17%
Medi ambient	20	14%
Cultura i Política	18	13%
Política	17	12%
Altres	2	1%
Total	143	100%

Formats

Resposta	Vots	%
Vídeo	46	61%
Dibuixos	16	21%
Àudio	6	8%
Text	4	5%
Altres	3	4%
Total	75	100%

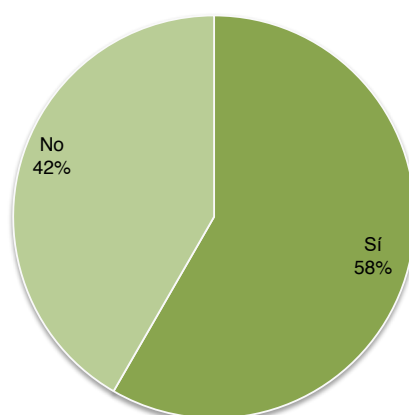
Quin tipus de joc t'agrada més?		
Resposta	Vots	%
Jocs online	26	34%
Jocs de taula	18	24%
Jocs de rol	17	22%
Jocs de cartes	8	11%
Altres	7	9%
Total	76	100%

Creus que jugant pots aprendre		
Resposta	Vots	%
Sí	51	85%
No	5	8%
No ho sé	4	7%
Total	60	11%

Taula 15. Taula de resultats de l'anàlisi d'usuari. Font: Elaboració pròpia.

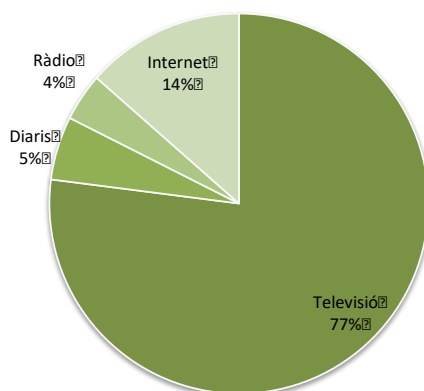
Annex 7: Gràfiques resultats anàlisi usuaris

T'agrada mirar les notícies?



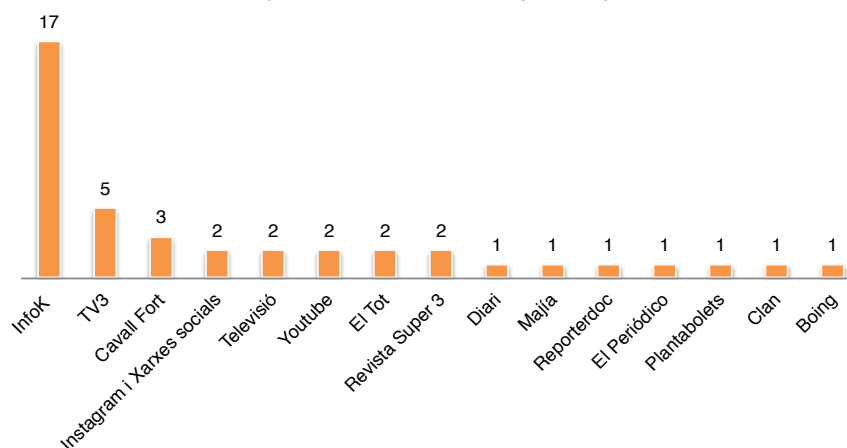
Gràfic 7. Resultats enquesta d'anàlisi d'usuari 7. Font: Elaboració pròpia.

On mires les notícies?



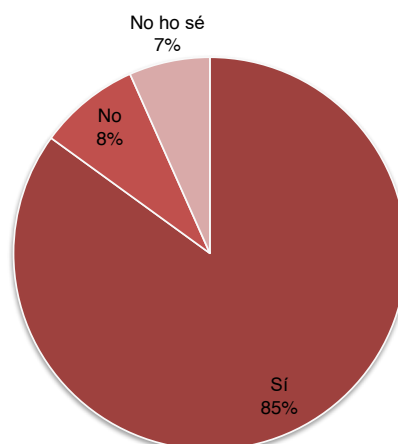
Gràfic 8. Resultats enquesta d'anàlisi d'usuari 8. Font: Elaboració pròpia.

Llocs de notícies per infants (resultat en nº de respostes)



Gràfic 9. Resultats enquesta d'anàlisi d'usuari 9. Font: Elaboració pròpia.

Creus que jugant pots aprendre?



Gràfic 10. Resultats enquesta d'anàlisi d'usuari 10. Font: Elaboració pròpia.

COM T'AGRADARIA REBRE LES NOTÍCIES?

Especials per nens amb dibuixos guais

Que la tele s'engegui sola quan passa algo

Un colom de la pau que porti un collar amb cartes

Internet

Posar en un lloc les notícies que m'interessen i quan passi que vingui un tub i que projecti una notícia interessant per vídeo

Que surti un Pokemon

Que en Mario digués: avui he muntat un cotxe elèctric

Per la tele i per jocs de taula

Per la tele

Per l'aire, per la tele

Per l'aire, per la tele i no violència

Colom missatgers i tele transportació

En el cole

Jocs

Per la tele

Una tele i un despertador connectats

Tele i diaris

Tele i Youtube

Notícies de videojocs, que cada setmana entrevistin a algú

amb paraules

Carta

dins dels dibuixos animats

Vídeo i jocs

Imatges 3D

Tele 3D o 4D

Per les reds socials

Amb una òliba com a Harry Potter

Ràdio, Tele, Internet i diaris
Tele 3D
Fer teatre sobre elles o mirar-les i escoltar-les
Joc online per aprendre i jugar alhora
Tele 3D
Ocells
Vídeos animats, còmic, jocs online
Youtube
Avions amb cartells i jocs
Que les expliquessin al cole
Xarxes socials
Amb un botó que sortís una persona quan cliques
Televisió i notícies
Vídeos entretinguts i informatius, exàmens
Anagrames de cotilleos
Xarxes socials
M'agradaria rebre de cotilleos
Amb jocs o que els anuncis de la tele fossin notícies
Anuncis pel carrer, aparell que al despertar et digui allò que t'agrada
Amb jocs de taula que tinguin vídeos informatius
Per telèfon
Rebre-les amb unes ulleres de realitat virtual per poder veure-les amb imatges i vídeos
Veure les notícies per vídeo o per àudio de forma divertida i original
Amb un espectacle, ballant i cantant
Jocs amb vídeos personalitzats que es facin segons el que escull a partir d'una web

Taula 16. Opinions enquestes anàlisi d'usuari. Font: Elaboració pròpia.

El llibre Excel amb els resultats de l'anàlisi d'usuari del Projecte es pot descarregar a https://drive.google.com/file/d/1K_eKjeJMVf9eabpSQnfFGTUvSwsKkM2r/view

Annex 8: Brainstorming del projecte

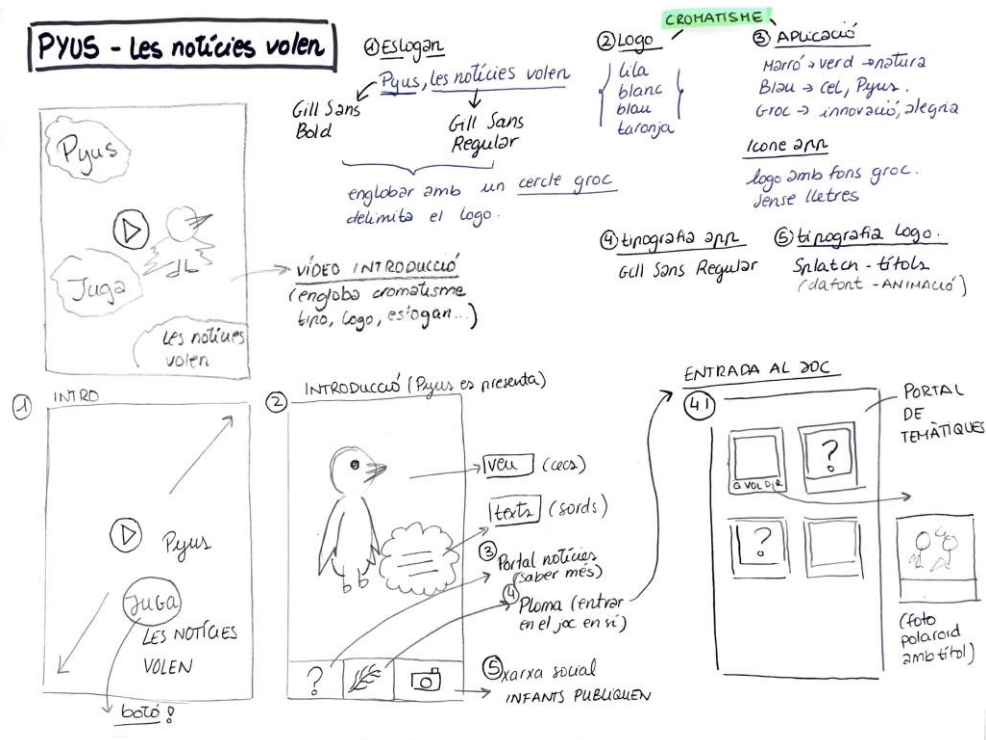
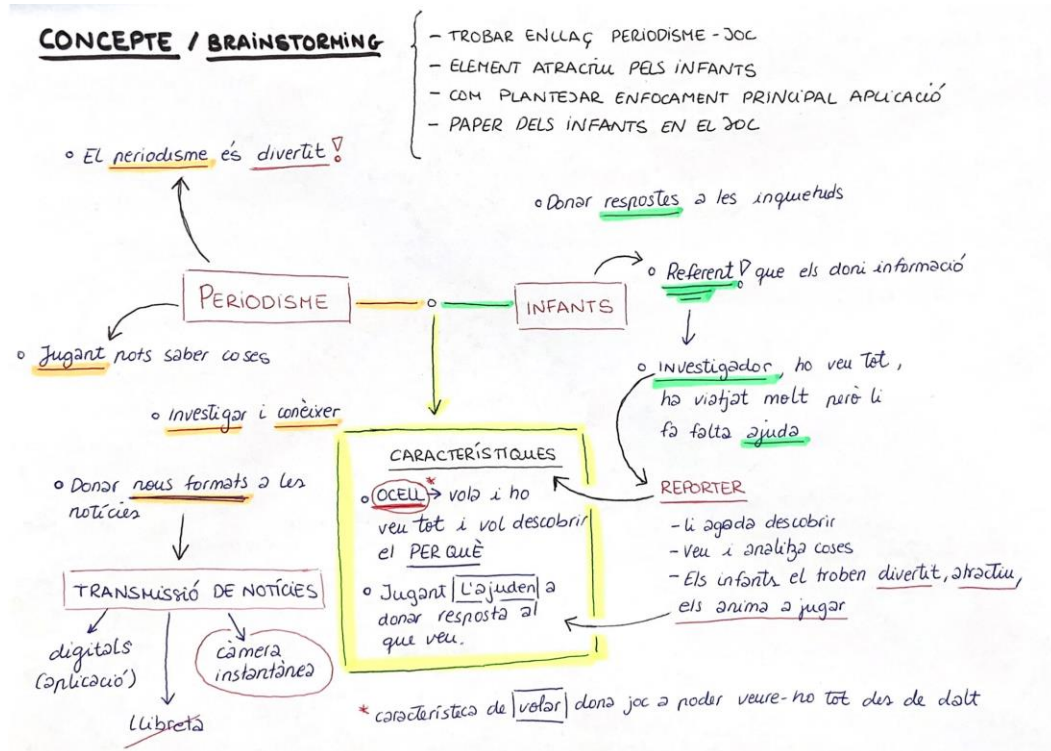


Figura 50. Brainstorming del projecte. Font: Elaboració pròpia.

Annex 9: Creació del logotip

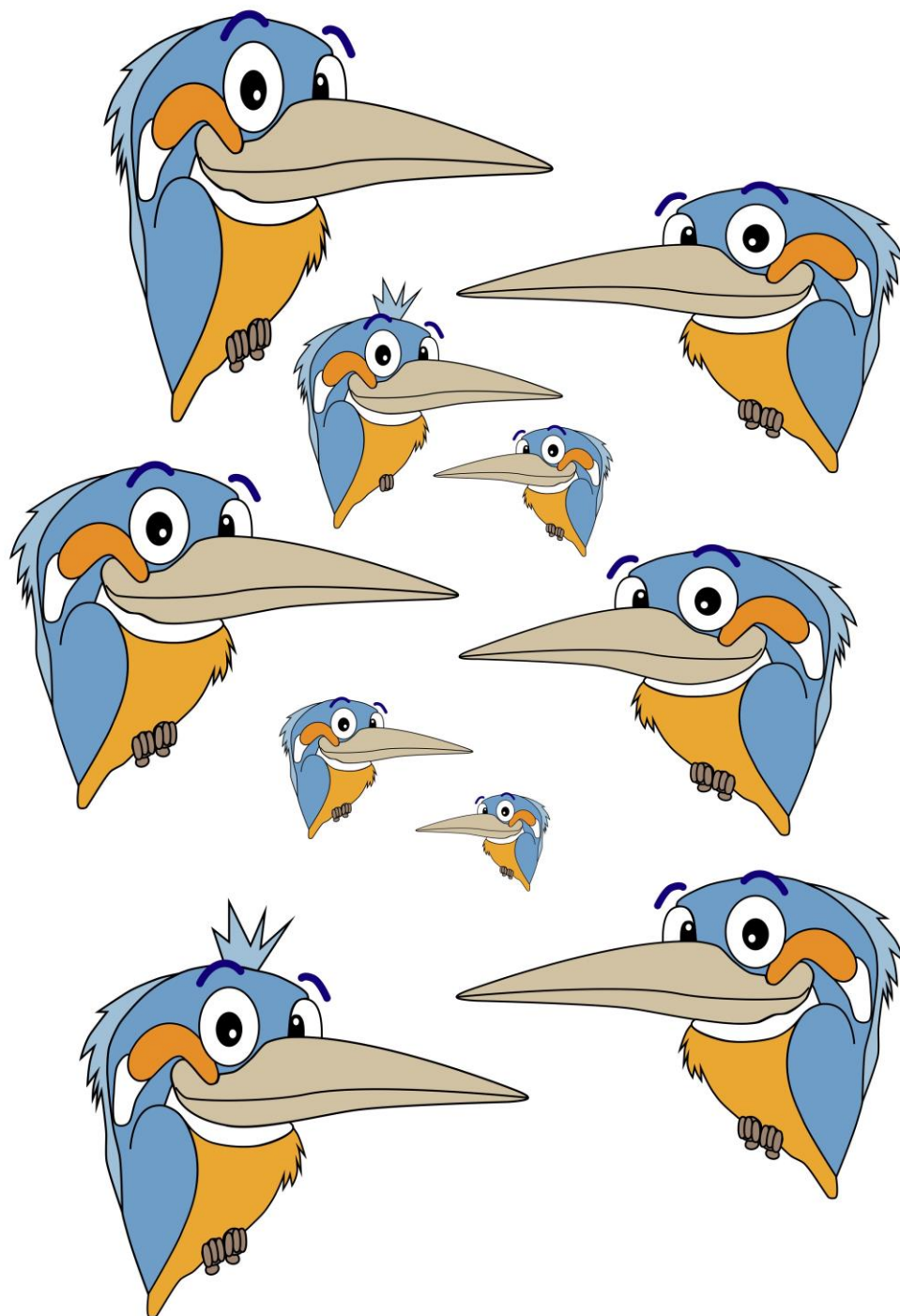


Figura 51. Creació del logotip aproximació 1. Font: Elaboració pròpia.

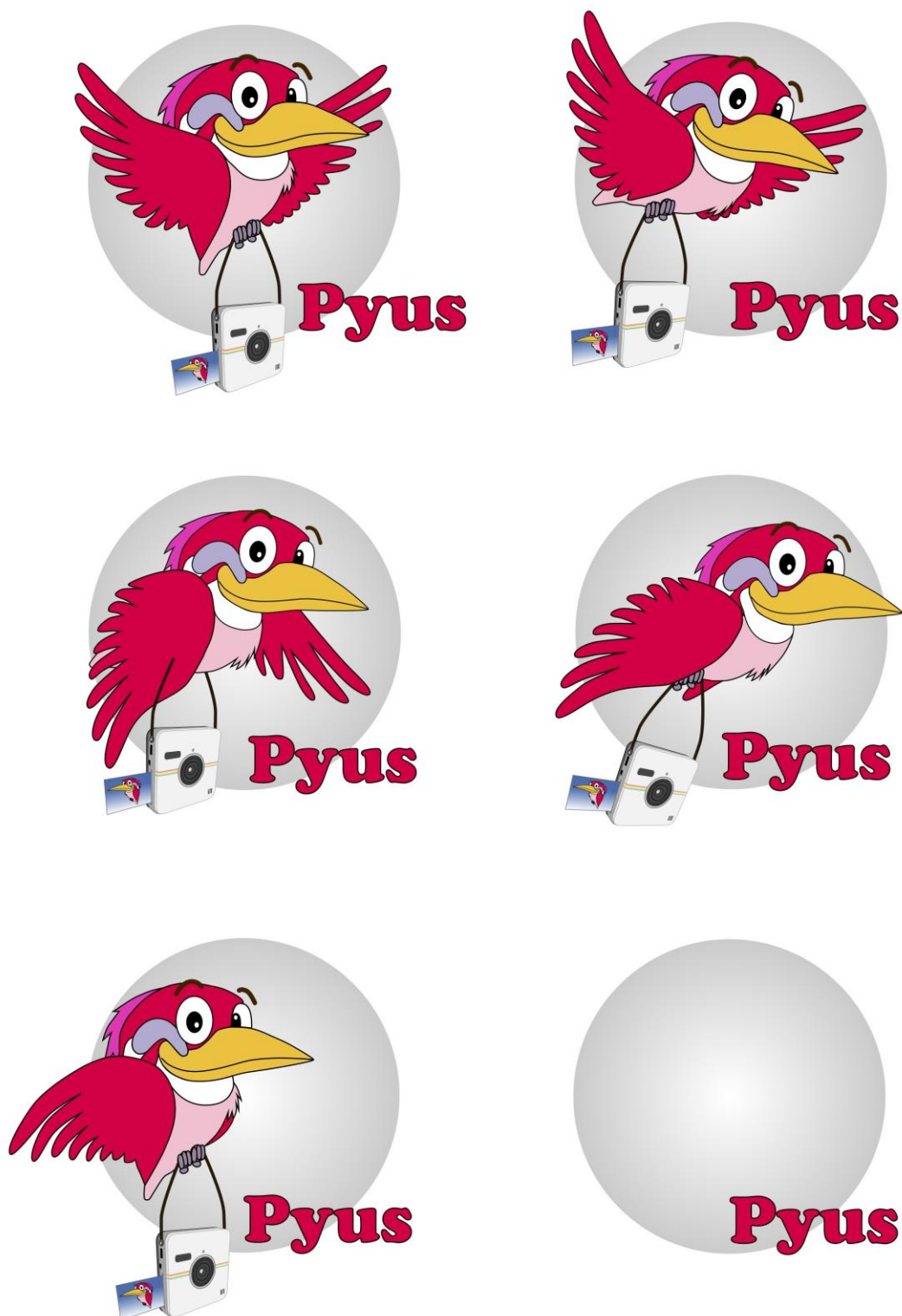


Figura 52. Creació del logotip aproximació 2. Font: Elaboració pròpia.

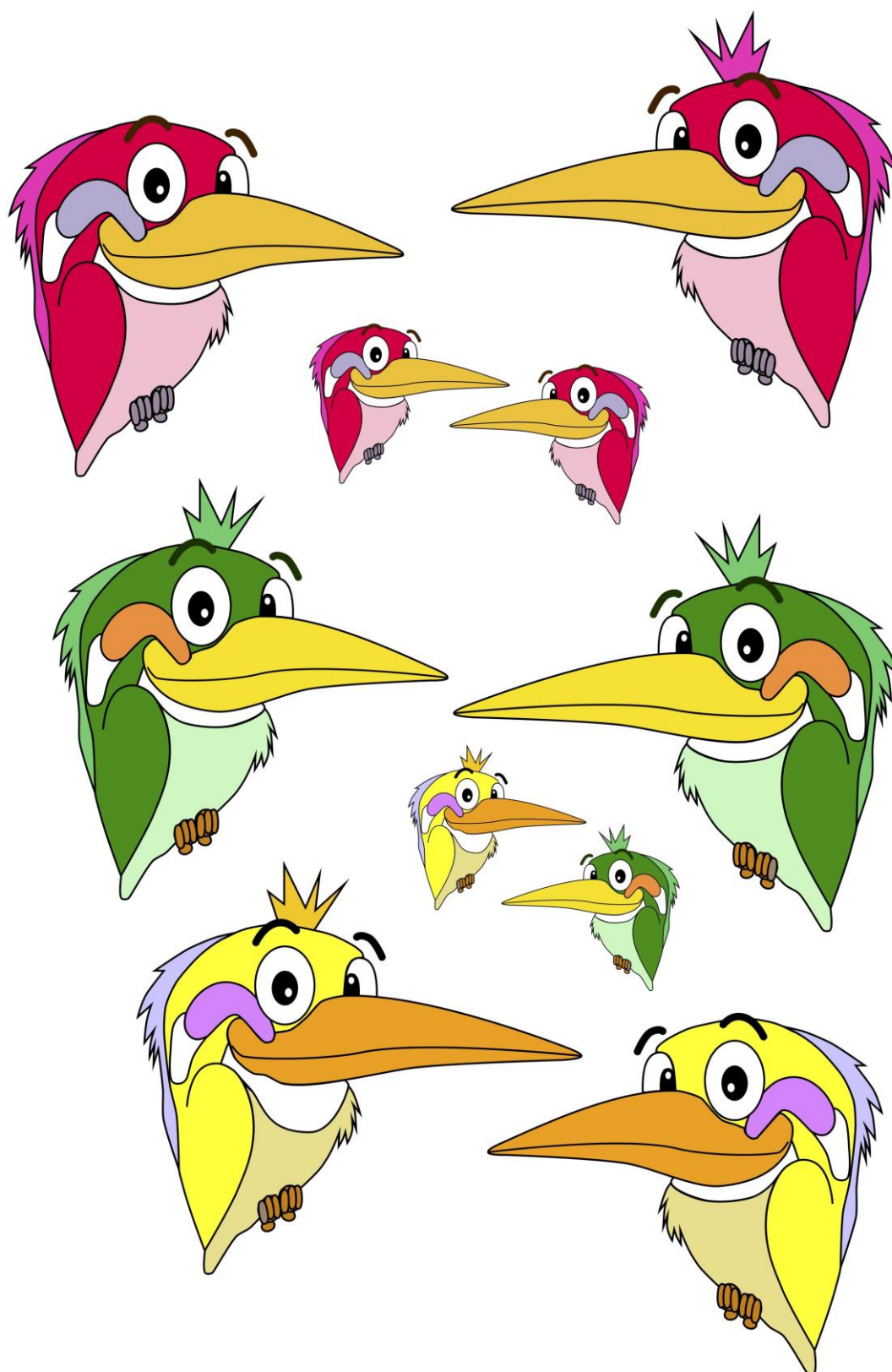


Figura 53. Creació del logotip aproximació 3. Font: Elaboració pròpia.

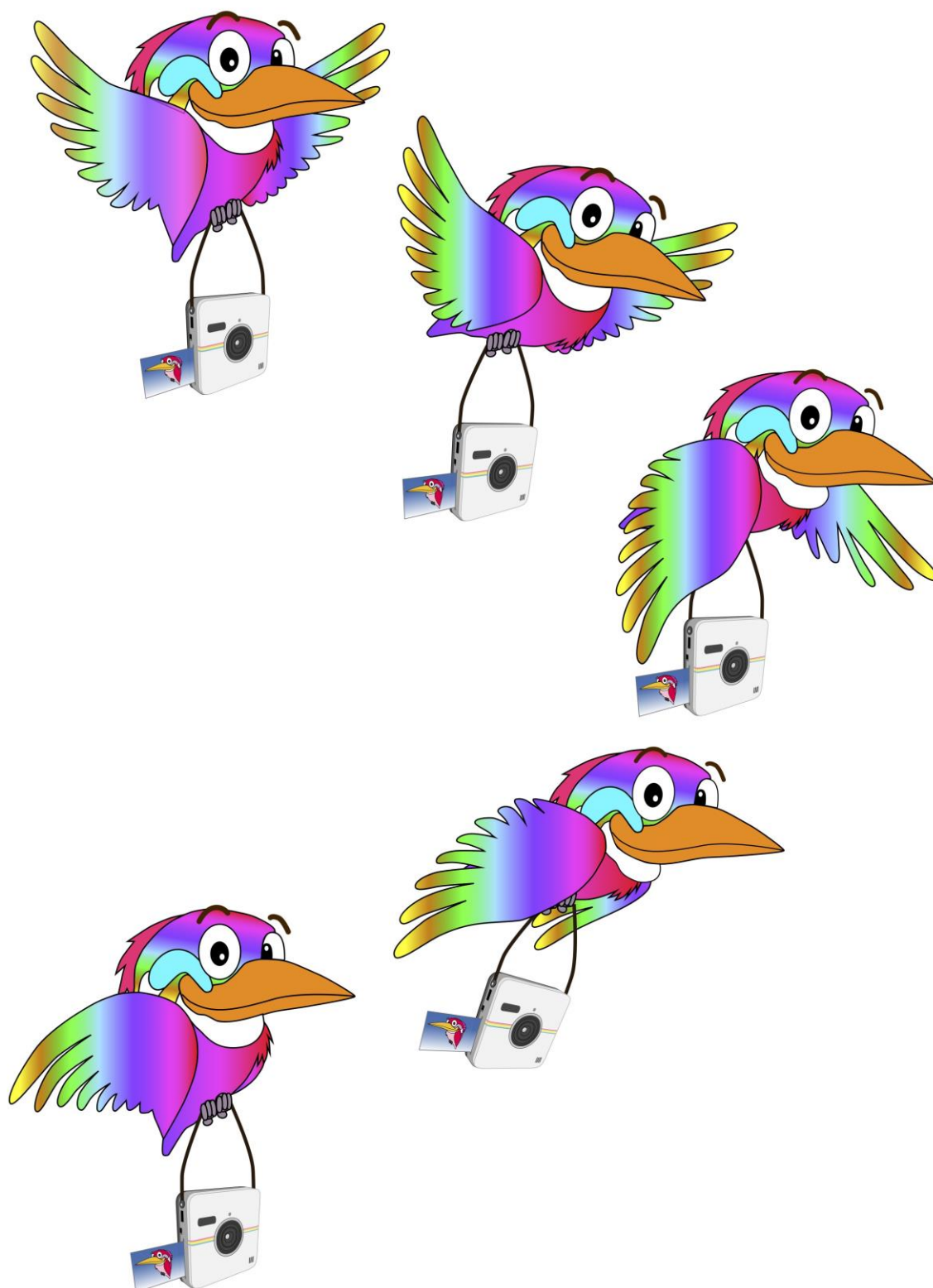


Figura 54. Creació del logotip aproximació 4. Font: Elaboració pròpia.

